PUBLIC RELATIONS

Kelas X Semester 2

Ninik Hartati, S.Pd

Disklaimer: *Buku ini merupakan buku siswa yang dipersiapkan Pemerintah dalam rangka implementasi Kurikulum 2013. Buku siswa ini disusun dan ditelaah oleh berbagai pihak di bawah koordinasi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, dan dipergunakan dalam tahap awal penerapan Kurikulum 2013. Buku ini merupakan "dokumen hidup" yang senantiasa diperbaiki, diperbaharui, dan dimutakhirkan sesuai dengan dinamika kebutuhan dan perubahan zaman. Masukan dari berbagai kalangan diharapkan dapat meningkatkan kualitas buku ini.*

Kontributor Naskah : Ninik Hartati, S.Pd
Penelaah : Hindun Nurhidayati, S.Sos, MIKom
Tim Desktop Publisher : Tim

Cetakan Ke-1, 2013
Disusun dengan huruf Arial, 11 pt

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas petunjuk dan hidayah-Nya, penyusunan Buku Siswa *Public Relations* 1 dapat diselesaikan. Dalam keterbatasan waktu, dengan dukungan para penyusun dan Direktorat Pembinaan SMK akhirnya dapat diwujudkan buku untuk SMK Kelas X Jurusan Akomodasi Perhotelan.

Buku ini disusun untuk mendukung kebijakan implementasi kurikulum 2013 untuk Tingkat Sekolah Menengah Kejuruan. Melalui buku ini diharapkan dapat membantu peserta dalam mengembangkan potensi diri sehingga menjadi pribadi yang mandiri kreatif, inovatif dan tidak mudah menyerah untuk menyongsong masa depan. Selain itu juga kan tercipta kemampuan yang dibutuhkan dalam bidang *Public Relations,* antara lain keterampilan komunikasi, keterampilan teknik, kompentensi manajemen isu, kompetensi menajerial, *leadership* dan *ethic* dan keterampilan khusus IT.

Buku ini juga diharapkan dapat membantu guru dalam penerapan pendekatan pembelajaran saintifik sesuai dengan pendekatan yang tercantum dalam kurikulum 2013.

Penulis menyadari banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran dalam perbaikan buku ini sangat kami harapkan.

Bojongsari, Desember 2013

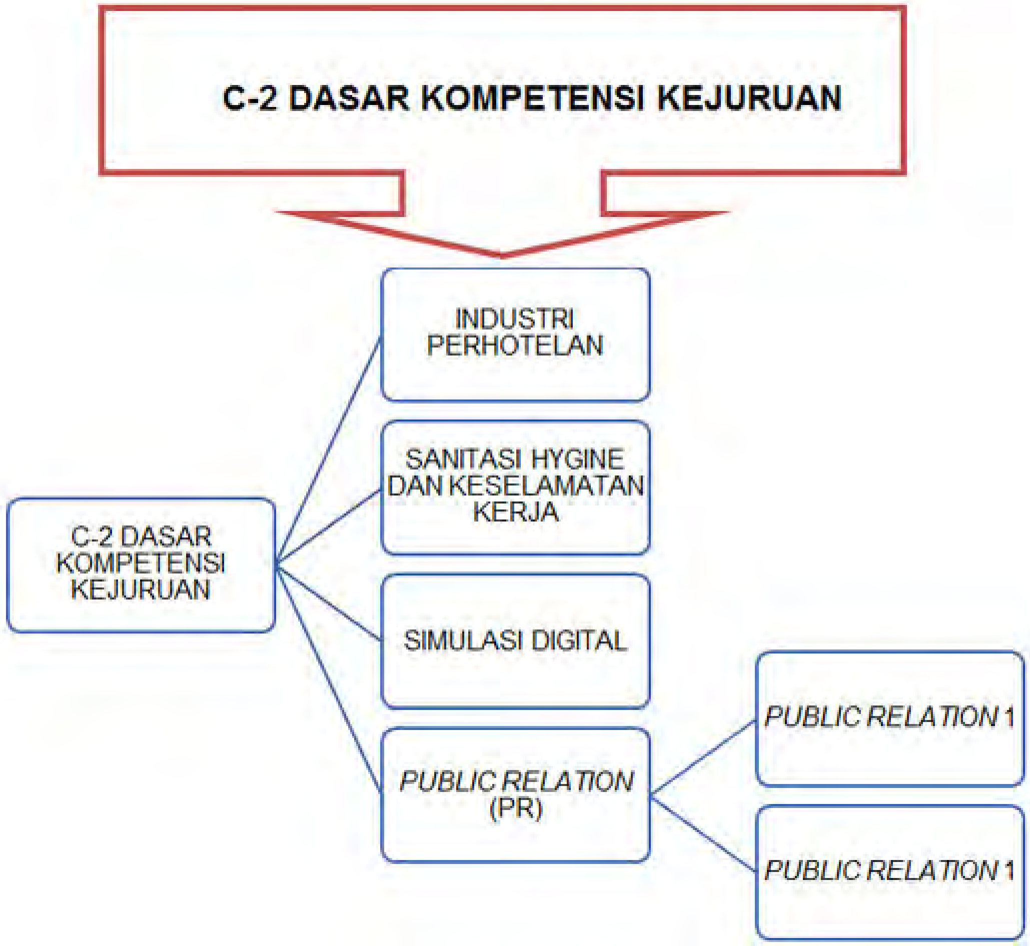
Penulis,

Ninik Hartati, S.Pd.

DAFTAR ISI

PETA KEDUDUKAN BAHAN AJAR

Program Studi Keahlian : Akomodasi Perhotelan



GLOSARIUM

Action	Tindakan
Acknowledge	Pengakuan/ mengakui
Advertising	periklanan
Aids	Perangkat-perangkat
Aggression	Tipe orang yang agresif
Answer	Menjawab/ jawaban
Assertion	Tipe orang yang mencoba menyelesaikan masalah dengan tenang dan menyampaikan sudut pandang mereka
Attention	Perhatian
Attitude	Perilaku
Body language	Bahasa tubuh
Culture	budaya
Desire	Hasrat
Extension	Nomor ekstensi bagian
Family	keluarga
Feelings	Perasaan
Formal Research	Pengamatan/pencarian infromasi secara formal
Informal Research	Pengamatan/ pencarian informasi tidak formal
Inseparability	Dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan dinikmati secara bersamaan
Intagibility	Bisa dinikmati tetapi tidak bisa dimiliki
Interest	Minat pembeli
Non verbal	Bahasa, tanpa kata-kata seperti bahasa tubuh
Notepad	Buku catatan kecil

PABX	Private Automatic Branch Exchange
Personal Selling	Menjual dengan tatap muka langsung
Perishability	Tidak tahan lama dan tidak bisa disimpan
PMBX	Private Manual Branch Excharge
Publicity	Pemberitaan
Public Relations	Hubungan masyarakat/ publik
Question	Pertanyaan
Receiver	Penerima
Receptionist	Petugas di meja depan
Sales Promotion	Menjual dengan promosi seperti hadiah, potongan harga, bonus, dll
Satisfaction	Kepuasan terhadap produk
Sender	Pengirim
Stand Your Ground	Sadar akan posisi dan kondisi
Submission	Orang-orang tipe menyerah dan tunduk mengalah
Supervisor	Seorang yang bekerja melakukan supervisi
Telephone Answering Machine	Mesin penjawab telepon otomatis
Ticketing Staff	Petugas tiket
Travel Agency	Agen perjalanan
Understand	Mengerti, memahami
Value	Nilai-nilai
Variability	Berbagai macam bentuk, jenis dan kualitas
Verbal	Bahasa kata-kata, kalimat

PENDAHULUAN

A. Deskripsi

Kompetensi *public relations* layak untuk dicermati dan dipelajari oleh kalian yang akan menggeluti bidang perkerjaan pariwisata dan perhotelan. Seiring dengan perkembangan era sekarang ini, dinamika masyarakat yang terus menuntut dan mengharapkan adanya pemenuhan kebutuhan informasi kritis. Perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi yang semakin mutahir juga makin menunjukkan betapa penting peranan *public relations*, dimana *public relations* sebagai "jembatan" antara perusahaan dan organisasi publik semakin nyata, sehingga bidang komunikasi dan hubungan masyarakat perlu diprioritaskan dalam perusahaan. Kompetensi dasar dari *public relation* ini mencakup keterampilan komunikasi, keterampilan teknik, kompentensi manajemen issue, kompetensi manajerial, *leadership* dan *ethic* dan keterampilan khusus IT.

Selain kelima standard kompetensi tersebut, seorang PR harus memenuhi persyaratan mendasar antara lain kemampuan komunikasi secara lisan dan tulisan sangatlah penting bagi seorang PR, disini seorang PR mampu berbicara di depan umum, melakukan presentasi, wawancara dalam upaya mengumpulkan data dan fakta. Selain kemampuan berkomunikasi lisan seorang PR dituntut memiliki kemampuan seperti membuat press release ke media, membuat artikel, profile perusahaan. Kemampuan mengantisipasi masalah termasuk didalamnya menyusun rencana kegiatan dan melaksanakannya, mendokumentasikan kegiatan.

Seorang PR harus mampu memperluas jaringan (*networking)* sehingga dapat memperlancar tugasnya. Kepribadian yang tangguh, jujur artinya memiliki kredibilitas yang tinggi yakni dapat diandalkan dipercaya oleh orang lain serta menerapkan etika profesi yang berlaku sehingga tidak menimbulkan miskomunikasi dan misinformasi. Ide-ide kreatif seorang PR dituntut dalam pengambilan tindakan atau keputusan, sehingga ia harus terus mengasah kemampuan, pengetahuan dan keterampilan lain yang menunjang pekerjaan yang diembannya.

B. Prasyarat

Tidak terdapat persyaratan khusus untuk kompetensi *Public Relations* ini.

C. Petunjuk Penggunaan

Bagi Guru, proses dalam pembelajaran buku ini hendaknya disesuaikan dengan kondisi yang terjadi lingkungan pembelajaran. Guru perlu referensi lain jika dalam pembelajaran menemui kesulitan dalam pemahaman.

Bagi siswa, jika dalam pemahaman buku ini menemuhi kesulitan, tanyakan kepada ibu bapak guru kalian. Sumber belajar lain akan membantu kalian dalam pemahaman kompetensi yang harus kalian kuasai.

D. Tujuan Akhir

Tujuan pembelajaran kompetensi *Public Relations* ini adalah peserta didik memiliki kemampuan dasar untuk melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sebagai seorang *public relations*. Kemampuan dasar ini meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk mendukung pelaksanaan tugas dan tanggungjawabnya tersebut. Kompetensi lain untuk mendukung pelaksanaan tugas dan tanggungjawabnya, ini mencakup hubungan dengan pelanggan, etika bertelepon, penanganan konflik dan promosi produk.

E. Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar

KOMPETENSI INTI DAN KOMPETENSI DASAR
PUBLIC RELATIONS (PR)
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) /
MADRASAH ALIYAH KEJURUAN (SMAK)

KELAS X

KOMPETENSI INTI	KOMPETENSI DASAR
KI 1) Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya	1.1. Menghayati karunia Tuhan Yang Maha Esa, dengan membangun hubungan antara pelanggan internal dan eksternal sebagai tindakan pengamalan menurut agama yang dianutnya.
KI 2) Menghayati dan mengamalkan perilaku jujur, disiplin, tanggungjawab, peduli (gotong royong, kerjasama, toleransi, damai) santun, responsif dan proaktif) dan menunjukkan sikap sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan bangsa dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam serta dalam menempatkan diri sebagai cerminan bangsa dalam pergaulan dunia	2.1. Memiliki motivasi internal dan menunjukkan rasa ingin tahu dalam membangun hubungan dan komunikasi antara pelanggan internal dan eksternal 2.2. Menunjukkan perilaku ilmiah (jujur , disiplin, tanggung jawab, peduli, santun, cinta damai, responsive dan pro-aktif) dalam membangun hubungan dan komunikasi antara pelanggan internal dan eksternal sebagai bagian dari sikap ilmiah 2.3. Menghargai kerja individu dan kelompok dalam membangun hubungan dan komunikasi dengan pelanggan sebagai wujud implementasi sikap kerja 2.4. Memiliki sikap responsif dan proaktif dalam lingkungan kerja dengan berlandaskan etika budaya bangsa.

KI 3) Memahami dan menerapkan menganalisis pengetahuan faktual, konseptual, dan prosedural berdasarkan rasa ingintahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab phenomena dan kejadian dalam bidang kerja yang spesifik untukmemecahkan masalah	3.1. Menjelaskan ruang lingkup public relations 3.2. Mengidentifikasi penggunaan informasi teknologi dalam bidang *public relations* 3.3. Memahami fungsi bahasa inggris dalam bidang *public relations* 3.4. Mengidentifikasi prinsip-prinsip kepemimpinan (*leadership*) 3.5. Memahami prinsip tata kelola organisasi (*good governance*) 3.6. Mengidentifikasi fungsi informasi 3.7. Menjelaskan fungsi dokumentasi 3.8. Menjelaskan *internal gathering* 3.9. Memahami aktifitas protokoler 3.10. Mengidentifikasi media-media informasi 3.11. Memahami teknik wawancara 3.12. Menjelaskanfungsi publikasi 3.13. Menjelaskan *company profile* 3.14. Memahami fungsi juru bicara/*spokeperson* 3.15. Memahami lobby dan negosiasi 3.16. Mengidentifikasi isu-isu negatif 3.17. Menjelaskan mekanisme tatalaksana *public relations* 3.18. Mendeskripsikan komunikasi verbal dan non verbal 3.19. Menjelaskan hambatan-hambatan komunikasi 3.20. Mendeskripsikan pengertian tim dan tanggungjawab anggota tim 3.21. Mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal 3.22. Mendeskripsikan etika bertelepon 3.23. Mengidentifikasi cara mengoperasikan telepon 3.24. Menjelaskan cara menjawab panggilan telepon 3.25. Menjelaskan cara membuat panggilan telepon 3.26. Mendeskripsikan cara mencatat pesan tamu 3.27. Menjelaskan pengertian konflik 3.28. Mengidentifikasi level konflik 3.29. Mengidentifikasi respon konflik 3.30. Mendeskripsikan keluhan pelanggan 3.31. Mendeskripsikan tentang pengetahuan produk 3.32. Mengidentifikasi aids/perangkat promosi produk 3.33. Menjelaskan bagaimana membangun pengetahuan produk 3.34. Menjelaskan teknik penjualan produk

KI 4) Mengolah, menalar, dan menyaji dalam ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri, dan mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung	4.1. Menemukan fungsi public relation dalam organisasi 4.2. membuat dan mengakses dokumen di komputer 4.3. Menyampaikan presentasi dalam bahasa inggris 4.4. Menerapkan prinsip-prinsip kepemimpinan (leadership) 4.5. Melaksanakan prinsip tata kelola organisasi (good governance) 4.6. Membuat klipping 4.7. Membuat dokumentasi kegiatan 4.8. Melaksanakan kegiatan internal gathering 4.9. Melaksanakan aktifitas protokoler 4.10. Memetakan dan memonitoring media 4.11. Melaksanakan wawancara 4.12. Membuat publikasi internal dan eksternal 4.13. Membuat company profile 4.14. Melakukan fungsi juru bicara/spokeperson 4.15. Melaksanakan lobby dan negosiasi 4.16. Mengelola isu-isu negative 4.17. Mengelola bidang pekerjaan public relations 4.18. Membedakan komunikasi verbal dan non verbal 4.19. Menemukan hambatan-hambatan komunikasi 4.20. Membangun tim dan tanggungjawab anggota tim 4.21. Membuat analisis kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal 4.22. Membangun etika bertelepon 4.23. Melakukan cara mengoperasikan telepon 4.24. Mendemonstrasikan cara menjawab panggilan telepon 4.25. Mendemonstrasikan cara membuat panggilan telepon 4.26. Mengelola pesan tamu 4.27. Menemukan definisi/pengertian konflik 4.28. Mengelompokkan level konflik 4.29. Mengkasifikasikan respon konflik 4.30. Mengelola keluhan pelanggan 4.31. Mengumpulkan contoh-contoh pengetahuan produk 4.32. Menemukan/membuat contoh-contoh aids/ perangkat promosi produk 4.33. Membangun pengetahuan produk 4.34. Menerapkan teknik penjualan produk

F. Cek Kemampuan Awal

Berikanlah tanda (√) jika kalian telah pelajari, dan tanda (×) jika kalian belum pelajari!

No	Materi/kompetensi dasar	(√)	(×)
1	Komunikasi verbal dan non verbal		
2	Hambatan-hambatan komunikasi		
3	Tim dan tanggungjawab tim		
4	Etika bertelepon		
5	Cara mengoperasikan telepon		
6	Cara menjawab dan memuat panggilan telepon		
7	Mencatat pesan tamu		
8	Konflik dan level konflik		
9	Respon konflik dan keluhan pelanggan		
10	Pengetahuan produk		
11	Perangkat promosi produk		
12	Membangun pengetahuan produk		
13	Teknik menjual produk		

KEGIATAN BELAJAR 1
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN

A. Deskripsi

Bidang *Public Relations* merupakah suatu bidang yang sangat luas menyangku hubungan dengan berbagai pihak. *Public Relations* tidak sama dengan sekedar relations, meskipun mempunyai peran yang sangat besar dalam kampanye *public relations. Public Relations* juga bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan-tujuan kemenangan sendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memeproleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu, *Public Relations* mengandalkan strategi, yakni agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak terkait.

Di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan peran *public relation*s diperlukan dalam menjaga citra dan nama baik perusahaan sekaligus sebagi ajang promosi produk jasanya. Untuk itu mari kita kupas secara bersama sebagian dari kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh seorang *public relations*.

Untuk dapat menjalankan tugas dan tanggungjawabnya seorang public relation juga harus memiliki keterampilan kompetensi dasar lain diantaranya hubungan dengan pelanggan, etika bertelepon, penanganan konflik dan promosi produk.

B. Tujuan Pembelajaran

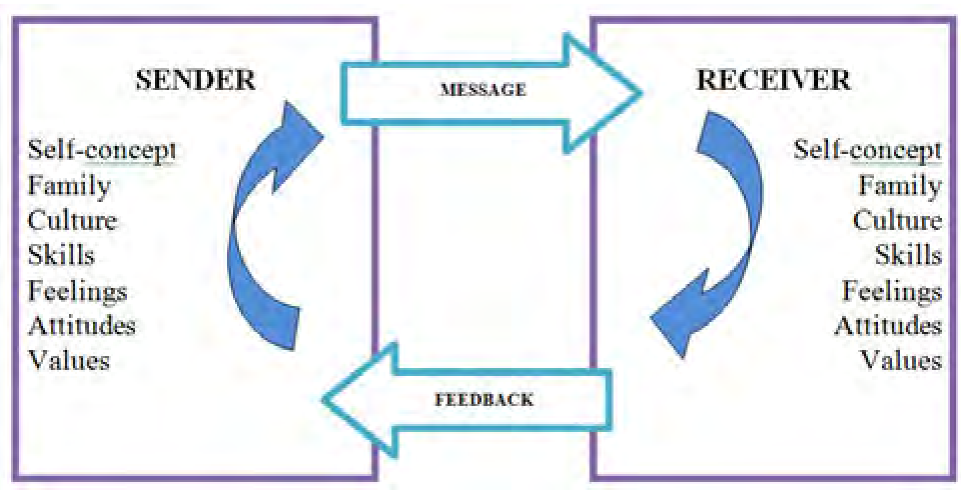
Peserta didik mampu:

1. Mendiskripsikan komunikasi verbal dan non verbal
2. Membedakan komunikasi verbal dan non verbal
3. Menjelaskan hambatan-hambatan komunikasi

4. Menemukan hambatan-hambatan komunikasi
5. Mendeskripsikan pengertian tim dan tanggungjawab tim
6. Membangun tim dan tanggungjawab tim
7. Mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal
8. Membuat analisis kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal

C. Uraian Materi

Komunikasi secara ilmiah merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) dengan menggunakan simbol atau lambang tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung (menggunakan media) untuk mendapatkan umpanbalik (feedback). Komponen-komponen dan proses komunikasi dapat dilihat dari bagan dibawah ini:



Bagan 1: *The relationship between the sender, message, receiver and feedback.*

(Dwyer, 2006 page 5)

Dalam membangun komunikasi yang efektif, seseorang perlu memahami dua bentuk komunikasi yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal.

1. Komunikasi Verbal



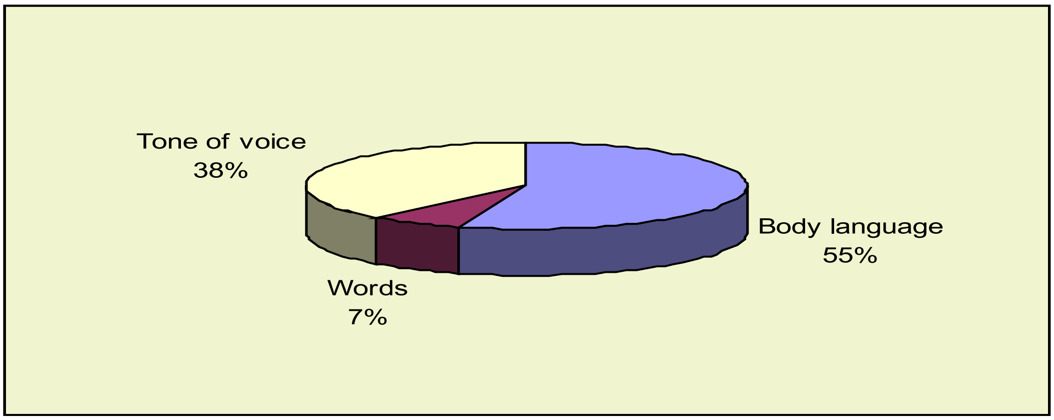
Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata baik lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak digunakan dalam hubungan antar manusia. Seseorang mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan dan maksud, selain itu juga menyampaikan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya. Unsur penting dalam komunikasi verbal adalah :

a. Bahasa, pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Lambang bahasa yang digunakan adalah bahasa verbal lisan, tulisan atau elektronik. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, ada tiga fungsi bahasa yaitu (1) untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita, (2) untuk membina hubungan yang baik di antara sesama manusia, (3) untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

b. Kata, ini merupakan unit lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan orang, benda, kejadian, atau keadaan.

2. Komunikasi Nonverbal

Studi yang dilakukan Albert Mahrabian menyatakan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7% berasal dari bahasa verbal, 38% dari vocal suara dan 55% dari ekspresi muka.





Komunikasi nonverbal itu sendiri adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata.

Beberapa kategori komunikasi nonverbal yaitu:

a. Pribadi (pada individu), contonya kebiasaan seseorang yang mengedipkan mata ketika merasa gugup, batuk ketika akan mulai berbicara.

b. Budaya – kebiasaan pada sekelompok masyarakat atau orang, misalnya orang Jepan membungkukkan badan ketika bertemu orang lain

c. Profesional – kebiasan orang pada profesi tertentu, misalnya kebiasaan seorang yang bekerja dilevel atas di hotel yang memiliki standar tinggi dalam berpakaian meskipun tidak sedang bekerja.

d. Kebenaran umum – kebiasaan hampir seluruh manusia dunia, misalnya kebiasaan orang mengangguk sebgai tanda setuju, menggeleng sebagai tanda tidak setuju, mengeluarkan air mata ketika sedih, tertawa ketika bahagia.

e. Random – tidak mengubah pesan, misalnya ketika seseorang berbicara kemudian ia bersin maka ini tidak mengubah pesan, hanya sebagai tanda bahwa orang tersebut sedang flu atau sakit.

Aspek-aspek dalam komunikasi non verbal adalah:

a. *Environmen*t, (lingkungan)

b. *Personal presentation* (performa seseorang)

c. *Artifacts* (benda-benda tertentu)

d. *Vocal qualities* (Kualitas suara)

e. *Body language* (bahasa tubuh)

f. *Personal space* (jarak antar pesonal)

g. *Touching behaviour* (prilaku menyentuh)

Mark L.Knapp (dalam Jalaludin, 1994), menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal yaitu;

1. Repetisi, yaitu mengulang gagasan yang telah disampaikan secara verbal. Misalnya menganggguk setelah bilang “ya”

2. Substitusi,yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah kata, kita mengelengkan kepala, tanda tidak setuju

3. Kontradiksi, yaitu menolak pesan verbal atau memberi makna lain terhadap pesan verbal, contohnya memuji dengan mencibirkan bibir, seraya berkata “anda benar-benar hebat”.

4. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal. Misalnya airmuka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.

5. Assentuasi,yaitu menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahi, misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

Dale G. Leathers dalam *Nonverbal Communication System* menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan, yaitu;

1. Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal

2. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal

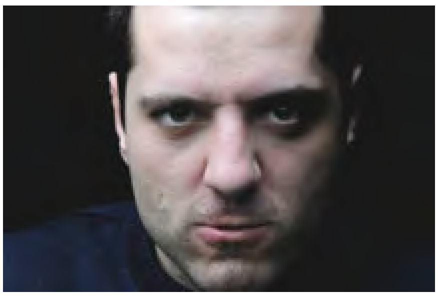
3. Pesan non verbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distrosi dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang bisa diatur oleh komunikator secara sadar

4. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif berarti memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud atau makan pesan.

5. Pesan non verbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal.

6. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Sugesti disini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

3. Hambatan-Hambatan Komunikasi



Apakah yang terjadi jika semua orang berbicara dengan bahasa yang sama, hidup dalam lingkungan budaya yang sama, memiliki aksen yang sama? Tentunya harapan bahwa komunikasi akan berjalan dengan lancar tanpa kendala atau hambatan sedikit pun. Oleh karena itu penting menyadari bahwa hambatan komunikasi yang efektif ada, dan

kadang penerima pesan tidak selalu mengerti apa yang disampaikan oleh pengirim pesan. Hambatan komunikasi bisa berasal dari pengirim, penerima, pesan itu sendiri atau media penyampaian pesan.

O'shannessy & Minett (1999) mengidentifikasi jenis gangguan yang mengubah pesan yaitu:

- Selektif mendengarkan
- Jumping kesimpulan
- Inkonsistensi dalam pengiriman pesan
- Perbedaan budaya
- Kurang percaya diri
- Hambatan fisik
- Kekurangan waktu
- Kecepatan pemikiran manusia
- Ketidaksabaran
- Prasangka
- Kebiasaan buruk

Hayward (1998) mengkasifikasikan hambatan komunikasi menjadi tiga yaitu;

a. Hambatan informational, disebabkan oleh informasi yang tidak tepat dan bahasa yang tidak cocok, pengirim terlalu cepat berbicara, penrima kurang waktu untuk menafsirkan makna pesan dan kurangnya penjelasan

b. Hambatan attitudial, dikarenakan pengirim atau penerima pesan memiliki kayakinan, prilaku dan peniruan yang negatif. Hal-hal yang menyebabkan hambatan komunikasi ini adalah; tidak suka kepribadian orang lain, sikap seksis, sikap rasis, keangkuhan, persaingan antar personal, pribadi ekstrim dan resistensi terhadap pesan karena penerima pesan tidak mendukung tujuan pesan.

c. Hambatan lingkungan; kebisingan atau kegaduhan lingkungan disekitar.

Leonard R.S dan George Strauss sebagaimana dikutip oleh Herujito (2001), menyatakan ada beberapa hambatan terhadap komunikasi yang efektif yaitu:

a. Mendengar, biasanya kita mendengar apa yang ingin kita dengar, meskipun banyak yang kita dengar di sekeliling kita.

b. Mengabaikan informasi yang bertentangan dengan apa yang kita ketahui

c. Menilai sumber, kita cenderung melihat siapa yang membawa pesan.

d. Persepsi berbeda, persepsi yang berbeda anatar pengirim dan penerima akan dapat menimbulkan masalah.
e. Kata yang berarti lain bagi orang yang berbeda
f. Sinyal nonverbal yang tidak konsisten, gerak-gerik pada saat komunikasi
g. Pengaruh emosi
h. Gangguan, suara bising dan jarak yang jauh saat komunikasi

Hambatan komunikasi yang ada di industri pariwisata dan perhotelan terjadi karena pelanggan dan rekan berasal dari latarbelakang budaya, bahasa dan aksen yang berbeda. Untuk itu harus disadari bahwa hambatan itu ada dan kemudian menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk meminimalkan kebingungan dan salah penafsiran ketika berkomunikasi.

4. Tim dan Tanggungjawab Tim



Seorang yang bekerja di industri pariwisata dan perhotelan, harus menyadari bahwa mereka tidak akan dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan sendirian. Orang lain/ anggota staf lain pasti akan ikut andil dalam pelayanan ini. Misalnya seorang waiter/pelayan sebuah restoran, ia tidak akan mampu melakukan semua harapan pelanggan dari menyiapan minuman pembuka sampai pada penyiapan makan dan minum. Ini adalah gambaran kerja tim, lalu apa yang dimaksud dengan tim? Apa bedanya dengan grup? Grup atau kelompok adalah sekelompok orang yang secara bersama dengan tujuan yang sama, misalnya kelas dalam suatu sekolah. Sedangkan tim adalah sekelompok orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Keberhasilan tim tergantung pada beberapa faktor seperti;

1. Komitemen dan dedikasi pada tujuan
2. Campuran yang tepat keterampilan teknis dan interpersonal
3. Kelompok kohesif dan flexsibel
4. Kemampuan komunikasi yang efektif
5. Toleransi dan pemahaman
6. Kejujuran dan kepercayaan
7. Motivasi dan semangat kerja

Seperti rantai, salah satu anggota tim tidak ada maka tim tersebut tidak akan solid. Karena pada prinsipnya keanggotaan tim memiliki sifat ketergantungan satu-sama lain. Untuk menjadi tim yang solid, semua anggota tim harus menunjukkan; kepercayaan, dukungan dan penghargaan satu sama lain.

Ciri-ciri sebuah tim adalah sebagai berikut.

- Setiap anggota tim mempunyai ciri dan identitas yang sama
- Setiap anggota tim mengetahui misi, tujuan dan sasaran yang ingin dicapainya Setiap anggota tim dibawah seorang pimpinan yang sama Setiap anggota tim merasakan dampak keberhasilan dan kegagalan
- Setiap anggoata tim saling bekerja sama dan berkolaborasi dalam melaksanakan tugas
- Tim terdiri dari berbagai macam orang dengan latar belakang keahlian berbeda-beda.

5. Tugas dan Tanggungjawab Anggota Tim

Secara umum tugas dan tanggungjawab sebagai anggota tim adalah sebagai berikut:

- Memelihara kebersamaan dalam tim
- Mematuhi dan melaksanakan ketentuan atau norma yang berlaku dalam tim
- Merealisasikan tugas dan pekerjaan dengan sebaik-baiknya
- Menjaga nama baik dan kerahasiaan tim
- Menjamin kelancaran pelaksanaan tugas dan pekerjaan tim
- Memberikan kontribusi yang nyata dalam memajukan kerja sama tim
- Ikut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan tim serta menerima dan melaksanakan keputusan tim dengan penuh keikhlasan dan rasa tanggung jawab.

Tugas dan tanggungjawab pimpinan tim adalah sebagai berikut:

- Kreatif dan proaktif dalam memberikan dukungan terhadap kerja sama tim.
- Membimbing dan mengarahkan seluruh anggota dalam pelaksanaan kerja sama tim.
- Menanggapi dan menangani setiap permasalahan yang timbul sebagai dampak negatif dari kerja sama tim.

- Memikul seluruh tanggung jawab terhadap maju mundurnya kerja sama tim.
- Memberikan komando terhadap pelaksanaan tugas dan kegiatan tim.

Jika terdapat anggota yang pasif dalam suatu tim, maka yang harus diatasi karena dalam tim semua anggota harus berkontribusi dalam pencapai tujuan tim. Rekan kerja yang pasif akan mengganggu kerjasama tim. Untuk mengatasi anggota yang pasif yang harus dilakukan adalah:

- Pimpinan bertindak lebih tegas
- Pimpinan jangan ragu-ragu untu menegur anggota yang pasif
- Pimpinan harus tegas dalam pembagian tugas kerja
- Pimpinan jangan sering menghandel pekerjaan anggota yang pasif
- Pimpinan jangan putus asa dan terbawa arus untuk ikut-ikutan pasif

Pembentukan suatu tim tentu saja tidak dengan sendirinya akan dapat berjalan efektif sebagaimana yang diharapkan. Oleh karena itu diperlukan strategi untuk mengatasi berbagai kendala dan hambatan yang muncul. Dalam hal ini King (seorang ahli manajemen) menganjurkan 10 strategi yang ia sebut “Sepuluh Perintah Tim” (*Ten Team Commandment*) untuk meningkatkan kineja suatu tim yaitu;

1. Saling ketergantungan
2. Perluasan tugas
3. Penjajaran (alignment)
4. Bahasa yang umum
5. Kepercayaan/respek
6. Kepemimpinan yang dibagi rata
7. Keterampilan pemecahan masalah
8. Keterampilan menangani konflik
9. Penilaian atau tindakan
10. Perayaan atas kesuksesan tim

6. Kebutuhan dan Harapan Pelanggan

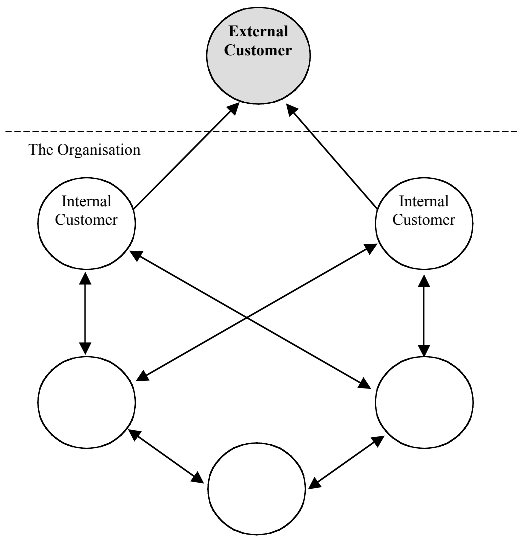
Siapakah pelanggan itu? Pelanggan di lingkungan industri perhotelan/pariwisata terdiri dari pelanggan internal (rekan kerja, supervisor, manajer, *security officers,* dll) dan pelanggan eksternal(seseorang yang menghabiskan/membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan).

Di suatu restoran, siapa yang lebih penting, pelayan, *chef, manager*, atau *clearner*. Untuk lebih memiliki gambaran yang lengkap maka bisa diumpamakan dengan kerja sebuah mobil, body mobil, ban, stir, rem, jok, dll. Coba bayangkan jika salah satu bagian tidak ada, maka apa yang terjadi. Mobil tidak akan dapat dioperasikan dengan benar. Nah, begitulah peran penting anggota tim dalam satu restoran. Satu sama lain dari anggota tim saling tergantung dan ada keterkaitan.

Pelayanan yang berada disekeliling kita disediakan untuk memenuhi atau melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Kemudian apa yang dimaksud dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan?

Kebutuhan digarisbawahi bahwa pelanggan tidak bisa tanpa itu, semisal disuatu kota asing dan sederhana, pelanggan tidak bisa tanpa tempat tidur, makan dan minum. Seorang chef, tidak bisa melaksanakan tugas tanpa tempat memasak, alat masak dan bahan-bahan untuk memasak.

Hubungan antara pelanggan internal dan pelanggan ekternal dapat dilihat pada bagan berikut.



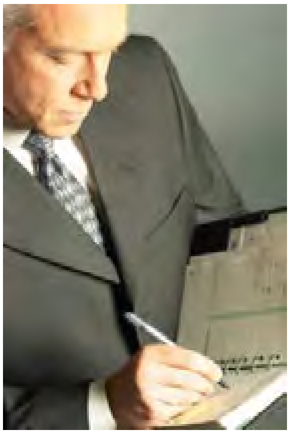
Bagan: hubungan antara pelanggan ineternal dan eksternal

Keinginan, merujuk pada cara yang mana pelanggan inginkan kita untuk memenuhi kebutuhan khusus, tetapi kita mungkin tidak mempunyai sumber untuk memenuhi keinginannya. Mereka mungkin menginginkan untuk tinggal di luxury

suite, santap malam restoran yang terkenal di tingkat internasional bintang 5, makan dan minum yang mahal tetapi mereka tidak mempunyai uang untuk membayarnya sehingga mereka ganti dengan yang lain.

Harapan, sebagai akibat berkembangnya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dipengaruhi oleh:

- Image dan reputasi perusahaan dipasar
- Persepsi pelanggan sebelumnya dan pengalaman dengan perusahaan
- Pengiklanan perusahaan



Pelanggan mengetahui mereka tidak dapat mengusahakan kemewahan yang disebutkan diatas, tetapi sebagai hasil iklan dan pengalaman sebelumnya dengan kita, mereka mengetahui mereka akan mendapatkan ruangan yang bersih dan memuaskan, makanan yang sesuai dengan harga dan minuman sesuai tingkatan dan harga untuk dipesan, semua diberikan dengan layanan yang baik, sehingga mereka memilih untuk tinggal dan makan dengan kita. Permasalahan besar mulai ketika pelanggan menyampaikan pengalaman yang berbeda dengan harapan mereka.

Bagimana mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan? Untuk memahami secara nyata tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, kita seharusnya:

- melibatkan pelanggan dalam mengembangkan layanan baru;
- mengorganisasikan dan melaksanakan layanan pada fokus group;
- secara aktif melihat umpanbalik pelanggan;
- menanyakan pada pelanggan, layanaan yang penting bagi mereka;
- menganalisis tren pasar;
- menganalisis pesaing;
- memperhatikan umpanbalik staf.

Membuat analisis kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dengan mengidentifikasikan:

- apa yang diinginkan pelanggan?- kebutuhan, keinginan dan harapan;
- apa yang telah kita tawarkan pada pelanggan? – produk dan layanan;
- Apa yang dapat kita tingkatkan?

Untuk dapat mengidentifikasikan hal tersebut, yang perlu dilakukan adalah dengan melaksanakan *informal research* dan *formal research*. Formal research mencakup (1) diskusi dengan rekan kerja, kontak jejaring sosial dan masyarakat umum, (2) Mencari umpanbalik pelanggan dengan bertanya, (3) Obeservasi pada pelanggan dan layanan yang diberikan dan membuat refleksi di lihat.

Sedangkan, formal research mencakup (1) membaca materi yang dicetak – menu makanan, daftar minuman, iklan dan materi promosi lain, (2) mengikuti khursus tertentu yang berhubungan dengan apa yang ingin diketahui, (3) mencari informasi di internet tentang topik tertentu, (4) mengunjungi perpustakan (5) mengembangkan, mendistribusikan dan menganalisis pertanyaan dasar tentang pasar, (6) menghadiri *launching* produk dan kegiatan asosiasi industri.



D. Rangkuman

Komunikasi verbal merupakan komunikasi dengan menggunakan kata-kata untuk menyampaikan pesan sedangkan komunikasi adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Bentuk komunikasi nonverbal, bahasa tubuh, tanda, tindakan atau objek.

Harus disadari bahwa hambatan komunikasi ada dan kemudian menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk meminimalkan kebingungan dan salah penafsiran ketika berkomunikasi.

Prinsipnya keanggotaan tim memiliki sifat ketergantungan satu sama lain. Untuk menjadi tim yang solid, semua anggota tim harus menunjukkan; kepercayaan, dukungan dan penghargaan satu sama lain. Kebutuhan dan harapan pelangga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan dalam proses penyampaian layanan. Pelanggan ada 2 yaitu pelanggan internal dan eksternal.



E. Tugas

Komunikasi Verbal dan Non verbal

1. Empat orang wanita di sebuah meja telah siap untuk memesan. Pelayan mendekati mereka dan bertanya '*excuse me ladies, may I take your order?'* bahasa yang digunakan tepat dan sopan tetapi ketika mereka mulai memesan, pelayan tersebut mengalihkan pandangan dari meja, memandang keseluruh ruangan dan mengetuk-etukan penanya di notepad.
   a. Pelayan tersebut berkomunikasi verbal dan non-verbal. Komunikasi non verbal apa yang digunakannya?
   b. Apakah komunikasi verbal dan non verbal tersebut cocok?
   c. Yang manakah yang lebih kuat komunikasi verbal atau non verbal dalam situasi ini?
   d. Komunikasi non-verbal apa yang cocok yang harusnya dipakai oleh pelayan?
2. Buatlah daftar kebiasaan non-verbal yang biasa dilakukan!
3. Coba pikirkan kebiasaan non verbal yang menjadi ciri khusus budaya sekelompok orang, masyarakat atau bangsa!

Hambatan-hambatan Komunikasi

1. Apa yang kalian pikirkan, akibat pada perusahaan ketika komunikasi antar staf dan antara staf dan manajemen yang dirusak oleh hambatan attitudial?
2. Tuliskan tiga contoh akibat yang terjadi dari ketidaktepatan informasi!
3. Tuliskan tiga contoh dari penggunaan bahasa yang tidak tepat di tempat kerja!
4. Tuliskan sepuluh bentuk gangguan komunikasi dikarenakan lingkungan!

Tim dan Tanggungjawab Tim

1. Bacalah skenario, dan ikutilah perintah selanjutnya.

(diadop dari wilhelm, 2007 p.86)

Amy adalah seorang pelayan yang bekerja keras di sebuah restoran Itali. Tugas-tugasnya telah berlangsung selama lima tahun dan menjadi peran regulernya. Amy dihargai karena keterampilan supervisornya dan hubungannya dengan anggota tim lainnya.

Meskipun Amy tidak diberikan jabatan sebagai assiten supervisor, itu dimengeti semua karena itu sudah menjadi tugasnya. Dan supervisor, Shaun, tidak memberikan ijin dia untuk melaksanakan tugas supervisor. Shaun selalu memberikan Amy dorongan dan komentar bahwa ketika ia pergi ia akan diberikan posisi itu.

Hari itu datang juga, Shaun diberikan promosi. Anggota staf memberikan selamat dan juga Amy, yang berasumsi bahwa secara otomatis dia dipromosikan pada posisi supervisor. Pihak manajemen tidak mengatakan apapun pada Amy, meskipun mereka mengetahui bahwa dia mungkin akan mendapatkan pekerjaan itu.

Pesta perayaan untuk Shaun digelar, tetapi masih tidak ada komunikasi dari manajemen tentang siapa yang akan menduduki posisi itu.

Amy pergi bekerja pada hari berikutnya dan terkejut berharap pihak manajemen akan mengatakan padanya bahwa ia mendapatkan posisi supervisor. Ketika ia datang ada orang asing berdiri dibelakang counter. Restoran belum dibuka, sehingga ia tahu itu bukan pelanggan. Dia masuk ke dalam dan diperkenalkan dengan supervisor baru, George. Amy sangat sedih dan tidak tahu apa yang harus ia katakan atau kerjakan. Anggota staf lainnya pun juga shock.

Anggota staf memiliki kesulitan untuk mengikuti perintah George saat mereka diminta untuk melakukan sesuatu yang berbeda, dan tidak dapat dimengerti mengapa Amy tidak mendapatkan posisi itu. Hari berlangsung, hubungan antara Amy dan George menjadi semakin memanas. Pada waktu, George meminta Amy untuk membersihkan lantai yang basah, ini merupakan akhir keputusasan dan membuat Amy marah. Berteriak pada George, dia menolak melakukan tugas itu dan bergerak keluar sambil mengatakan bahwa ia berhenti dari pekerjaannya dan George dapat mencari orang lain untuk melakukan pekerjaannya yang kotor.

2. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan detail.

   a. Orang-orang manakah yang berkontribusi dalam masalah itu? Dan mengapa?

   b. Jika kalian manajer itu, bagimana kalian mencegah supaya hal itu tidak terjadi?

Kebutuhan dan Harapan Pelanggan

1. Berdasarkan pengalaman kalian, Mengapa anda pergi ke restoran atau hotel tertentu atau tempat pariwisata lain?
2. Lengkapilah kolom berikut ini berdasarkan standar minimum harapan. Pikirkan tentang layanan, lingkungan, produk yang diberikan!

Harapan dari	Layanan	Lingkungan	Produk dan layanan
Corner Shop	Average/ rata-rata	Biasa/Ordinary	Makanan dan minuman pokok
Restaurant			
Pub			
Hotel bintang lima			
Mc Donald's			

3. Jelaskan mengapa kalian suka untuk pergi atau tidak ingin lagi pergi kesana lagi!
4. Berdasarkan pengalaman kalian jika anda memperoleh sesuatu lebih besar dari harapan kalian. Apa reaksi yang mungkin muncul?
5. Cobalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan kalian jika kalian seorang manajer dari sebuah hotel, restoran atau *travel agency*.

F. Tes Formatif

1. Proses penyampaian pesan atau informasi dari pengirim kepada penerima dengan menggunakan simbol atau lambang tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung (menggunakan media) untuk mendapatkan umpanbalik adalah...
   a. Komunikator
   b. Komunikan
   c. Komunikasi
   d. Feedback
2. Berikut yang bukan merupakan komponen komunikasi adalah...
   a. Komunikan
   b. Komunikasi
   c. Komunikator
   d. Feedback
3. komunikasi yang menggunakan kata-kata baik lisan maupun tulisan dan komunikasi ini paling banyak digunakan dalam hubungan antar manusia. Untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan dan maksud, selain itu juga menyampaikan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya adalah...
   a. Komunikasi verbal
   b. Komunikasi nonverbal
   c. Komunikasi dan teknologi
   d. Komunikasi grafik
4. komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata seperti bahasa tubuh, tanda, dan tindakan/objek disebut...
   a. Komunikasi verbal
   b. Komunikasi nonverbal
   c. Komunikasi dan teknologi
   d. Komunikasi grafik

5. Fungsi pesan nonverbal yang melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal adalah...
    a. Repetisi
    b. Substitusi
    c. Kontradiksi
    d. Komplemen
6. Fungsi pesan nonverbal yang menggantikan lambang-lambang verbal, misalnya tanpa sepatah kata, kita mengelengkan kepala, tanda tidak setuju adalah...
    a. Repetisi
    b. Substitusi
    c. Kontradiksi
    d. Komplemen
7. Fungsi pesan nonverbal yang menolak pesan verbal atau memberi makna lain terhadap pesan verbal, contohnya memuji dengan mencibirkan bibir, seraya berkata “anda benar-benar hebat” adalah....
    a. Repetisi
    b. Substitusi
    c. Kontradiksi
    d. Komplemen
8. Berikut yang bukan merupakan aspek-aspek dalam komunikasi non verbal adalah:
    a. Environment, (lingkungan)
    b. Profesional
    c. Artifacts (benda-benda tertentu)
    d. Vocal qualities (kualitas suara)
9. Hambatan komunikasi yang efektif ada, dan kadang penerima pesan tidak selalu mengerti apa yang disampaikan oleh pengirim pesan, hambatan komunikasi berasal dari ....
    a. Pengirim
    b. Pengirim dan penerima
    c. Media penyampaian dan pesan itu sendiri
    d. Pengirim, penerima, media penyampaian dan pesan itu sendiri

10. Hambatan komunikasi yang disebabkan oleh informasi yang tidak tepat dan bahasa yang tidak cocok, pengirim terlalu cepat berbicara, penrima kurang waktu untuk menafsirkan makna pesan dan kurangnya penjelasan disebut hambatan.....

    a. *Informationa*l
    b. *Attitudial*
    c. *Environmental*
    d. Pendengaran

11. Berikut yang bukan merupakan jenis gangguan yang mengubah pesan, menurut O'shannessy & Minett (1999) adalah....

    a. Selektif mendengarkan
    b. Ketidaksabaran
    c. Inkonsistensi dalam pengiriman pesan
    d. Budaya yang sama

12. Hambatan komunikasi yang dikarenakan pengirim atau penerima pesan memiliki kayakinan, prilaku dan peniruan yang negatif seperti, tidak suka kepribadian orang lain, sikap seksis, sikap rasis, keangkuhan, persaingan antar personal, pribadi ekstrim dan resistensi terhadap pesan karena penerima pesan tidak mendukung tujuan pesan disebut hambatan....

    a. Informational
    b. *Attitudial*
    c. *Environmental*
    d. Pendengaran

13. Sekelompok orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan disebut...

    a. Group
    b. Kelompok
    c. Tim
    d. Pekerja

14. Rekan kerja yang pasif akan mengganggu kerjasama tim, berikut yang bukan merupakan hal untuk mengatasi anggota yang pasif adalah ...
    a. Pimpinan bertindak kurang tegas
    b. Pimpinan jangan ragu-ragu untu menegur anggota yang pasif
    c. Pimpinan harus tegas dalam pembagian tugas kerja
    d. Pimpinan jangan sering menghandel pekerjaan anggota yang pasif
15. Berikut yang bukan merupakan tugas dan tanggungjawab sebagai anggota tim adalah ....
    a. Memelihara kebersamaan dalam tim
    b. Mematuhi dan melaksanakan ketentuan atau norma yang berlaku dalam tim
    c. Merealisasikan tugas dan pekerjaan dengan sebaik-baiknya
    d. Kurang menjaga nama baik dan kerahasiaan tim
16. Berikut yang bukan merupakan 10 strategi yang ia sebut "Sepuluh Perintah Tim" (*Ten Team Commandment*) untuk meningkatkan kineja suatu tim menurut King adalah ....
    a. Bahasa yang umum
    b. Kepercayaan/respek
    c. Kepemimpinan yang dibagi tidak rata
    d. Keterampilan pemecahan masalah
17. Pelanggan tidak bisa tanpa itu, semisal di suatu kota asing dan sederhana, pelanggan tidak bisa tanpa tempat tidur, makan dan minum disebut...
    a. Kebutuhan
    b. Keinginan
    c. Harapan
    d. Hasrat

18. Akibat berkembangnya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dipengaruhi image dan reputasi perusahaan dipasar, persepsi pelanggan sebelumnya dan pengalaman dengan perusahaan, serta pengiklanan perusahaan disebut ....
    a. Kebutuhan
    b. Keinginan
    c. Harapan
    d. Hasrat
19. Untuk memahami secara nyata tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, kita seharusnya..... kecuali.
    a. Melibatkan pelanggan dalam mengembangkan layanan baru
    b. Mengorganisasikan dan melaksanakan layanan pada fokus group
    c. Secara pasif melihat umpanbalik pelanggan
    d. Menanyakan pada pelanggan, layanaan yang penting bagi mereka
20. Dalam membuat analisis kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dengan mengidentifikasikan hal sebagi berikut kecuali....
    a. Apa yang diinginkan pelanggan?
    b. Apa yang telah kita tawarkan pada pelanggan?
    c. Apa yang dapat kita tingkatkan?
    d. Apa yang akan kita dapatkan?

G. Kunci Jawaban Tes Formatif

No	Jawaban	No	Jawaban
1	C	11	D
2	B	12	B
3	A	13	C
4	B	14	A
5	D	15	D
6	B	16	C
7	C	17	A
8	B	18	C
9	D	19	C
10	A	20	D

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK

Komunikasi Verbal dan Non verbal

1. Empat orang wanita di sebuah meja telah siap untuk memesan. Pelayan mendekati mereka dan bertanya 'excuse me ladies, may I take your order?' bahasa yang digunakan tepat dan sopan tetapi ketika mereka mulai memesan, pelayan tersebut mengalihkan pandangan dari meja, memandang keseluruh ruangan dan mengetuk-etukan penanya di notepad.

    a. Pelayan tersebut berkomunikasi verbal dan non-verbal. Komunikasi non verbal apa yang digunakannya?

    ....

    ....

    ....

    b. Apakah komunikasi verbal dan non verbal tersebut cocok?

    ....

    ....

    ....

    c. Yang manakah yang lebih kuat komunikasi verbal atau non verbal dalam situasi ini?

    ....

    ....

    ....

    d. Komunikasi non-verbal apa yang cocok yang harusnya dipakai oleh pelayan?

    ....

    ....

    ....

2. Buatlah daftar kebiasaan non-verbal yang biasa dilakukan!

   ....

   ....

   ....

3. Coba pikirkan kebiasaan non verbal yang menjadi ciri khusus budaya sekelompok orang, masyarakat atau bangsa!

   ....

   ....

   ....

Hambatan-hambatan Komunikasi

1. Apa yang kalian pikirkan, akibat pada perusahaan ketika komunikasi antar staf dan antara staf dan manajemen yang dirusak oleh hambatan attitudial?

   ....

   ....

   ....

   ....

2. Tuliskan tiga contoh akibat yang terjadi dari ketidaktepatan informasi!

   ....

   ....

   ....

   ....

3. Tuliskan tiga contoh dari penggunaan bahasa yang tidak tepat di tempat kerja!

   ....

   ....

   ....

   ....

4. Tuliskan sepuluh bentuk gangguan komunikasi dikarenakan lingkungan!

   ....

   ....

   ....

Tim dan Tanggungjawab Tim

1. Bacalah skenario, dan ikutilah perintah selanjutnya.
2. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan detail.
   a. Orang-orang manakah yang berkontribusi dalam masalah itu? Dan mengapa?

   ....

   ....

   ....

   b. Jika kalian manajer itu, bagimana kalian mencegah supaya hal itu tidak terjadi?

   ....

   ....

   ....

Kebutuhan dan Harapan Pelanggan

1. Berdasarkan pengalaman kalian, Mengapa anda pergi ke restoran atau hotel tertentu atau tempat pariwisata lain?

   ....

   ....

   ....

2. Lengkapilah kolom berikut ini berdasarkan standar minimum harapan. Pikirkan tentang layanan, lingkungan, produk yang diberikan!

Harapan dari	Layanan	Lingkungan	Produk dan layanan
Corner Shop	Average/ rata-rata	Biasa/Ordinary	Makanan dan minuman pokok
Restaurant			
Pub			
Hotel bintang lima			
Mc Donald’s			

3. Jelaskan mengapa kalian suka untuk pergi atau tidak ingin lagi pergi kesana lagi!

   ....

   ....

   ....

4. Berdasarkan pengalaman kalian jika anda memperoleh sesuatu lebih besar dari harapan kalian. Apa reaksi yang mungkin muncul?

   ....

   ....

   ....

5. Cobalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan kalian jika kalian seorang manajer dari sebuah hotel, restoran atau *travel agency*.

   ....

   ....

   ....

KEGIATAN BELAJAR 2
ETIKA BERTELEPON

A. Tujuan Pembelajaran



Peserta didik mampu:

1. Mendeskripsikan etika bertelepon
2. Membangun etika bertelepon
3. Mengidentifikasikan cara mengoperasikan telepon
4. Melakukan cara mengoperasikan telepon
5. Menjelaskan cara menjawab panggilan telepon
6. Mendemostrasikan cara menjawab panggilan telepon
7. Menjelaskan cara membuat pangilan telepon
8. Mendemonstrasikan cara membuat panggilan telepon
9. Mendekripsikan cara mencatat pesan tamu
10. Mengelola pesan tamu

B. Uraian Materi

1. Etika Bertelepon

Untuk menjaga pergaulan hidup bermasyarakat pada umumnya dan menjalin komunikasi yang efektif di lingkungan kerja industri perhotelan dan pariwisata, etika sangat diperlukan. “Etika” yang lazim disebut “etik” berasal dari kata yunani “ethos” yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik.

Berberapa pengertian etika menurut para ahli yaitu

1. Menurut Drs. O.P. Simorangkir, etika atau etik adalah sebagai pandangan manusia dalam berprilaku menurut ukuran dan nilai yang baik
2. Drs. Sidi Gajalba, etika tidak hanya ukuran prilaku yang baik saja bahkan merupakan teori yang membedakan baik dan buruk sesuai dengan tingkat kecerdasan akal manusia. Dalam sistematika filsafat sebagi berikut; etika ialah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.

Untuk pemahaman lebih lanjut, kita perlu ketahui apa itu etiket dan kode etik. Etiket berasal dari bahasa Perancis, “*etiqeusste*” yang artinya suatu kartu undangan yang lazim dipakai raja-raja Perancis, namun lama-kelamaan pengertian etiquette berubah bukan lagi berarti kartu undangan yang dipakai kalangan ningrat di Perancis. Etiket yang dimaksud adalah kumpulan cara-cara dan sikap yang baik dalam pergaulan antar manusia yang beradab.

Kode etik adalah etika yang berlaku pada profesi tertentu, oleh karena itu setiap profesi memiliki kode etik tersendiri, misalnya Kode etik pegawai negeri, Kode etik guru, kode etik pengacara, dll.

Setiap orang yang bekerja sebagai karyawan diharapkan dapat menggunakan telepon secara efektif. Terutama bagi orang-orang yang bekerja di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan. Ini sangat krusial bagi posisi seperti *travel guiding, waiter, receptionist*, *reservation clerk* dan *telephone operator.*

2. Cara Mengoperasikan Pesawat Telepon



Hubungan telepon merupakan cara mengadakan hubungan langsung jarak jauh untuk menyampaikan dan menerima pembicaraan melalui alat elektronik dari satu

pihak kepada pihak lain. Hubungan telepon telah menjadi satu kebutuhan bagi semua pihak. Dengan telepon setiap orang dapat menjalin komunikasi dengan lebih efektif.

Ada beberapa jenis pesawat telepon yaitu:

1. Intercom
2. Pesawat telepon
3. PMBX (*Private Manual Branch Excharge*)
4. PABX (*Private Automatic Branch Excharge*)
5. *Switchboard* (papan sambungan)
6. *Loudspeaking telephone*
7. *Telephone Answering Machine*



PMBX



PABX

Jenis hubungan telepon, ditinjau dari jarak jangkauannya dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu:

1. Hubungan antar bagian (intern)
2. Hubungan lokal (setempat)
3. Hubungan interlokal
4. Hubungan international (overseas call)

Ditinjau dari cara kerjanya, telepon dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Hubungan melalui operator
2. Hubungan langsung
3. Hubungan langsung SMS

3. Menjawab Panggilan Telepon

Sebelum dapat menjawab panggilan telepon kita harus mempelajari bagimana cara kerja telepon. Kita perlu tahu fungsi setiap tombol yang ada, apa yang harus kita lakukan untuk meminta menunggu panggilan dan bagaimana mentransfer panggilan pada orang lain. Kita juga perlu tahun nomor-nomor penting dalam perusahaan dan juga nomor telepon extension kita sendiri.



Kelengkapan bertelepon yang harus dipersiapkan antara lain:

- Buku reservasi atau terminal komputer untuk mendata table booking
- Buku pesan, pena dan pensil
- Daftar extension telepon internal
- Menulis di telepon harus pada nomer telepon sendiri
- Daftar nomer telepon reguler
- Daftar nomor telepon darurat
- White and yellow buku telepon

Penelpon membentuk gambar mental dari apa yang sedang kita lakukan, suara kita akan menyampaikannya. Jika apakah kita sedang senyum atau berkerut wajah, sedang duduk atau rebahan semua itu perleu diperhatikan atau dialihkan. Apa yang mengurangi maksud penelpon akan terdeteksi dalam suara kita.

Untuk membuat kesan yang baik kita harus:

- Bersiap-siap
- Sabar
- Sopan
- Membantu
- Penuh perhatian

4. Etika bertelepon



(diadop dari Dwyer 2006, pg.239)

1. Menjawab telepon segera, jawab telepon selambat-lambatnya setelah dering tiga kali. Berhentilah melakukan tugas lain karena penelpon dapat mendeteksi suara anda jika anda terganggu.
2. Berkonsentrasi dan tersenyum sebelum mengangkat telepon, penelpon dapat mendeteksi ini dalam suara anda
3. Duduk atau berdiri tegak, posisi sangat penting karena suara anda menyampaikan ketika kita sedang rebahan.
4. Gunakan salam sesuai standar perusahaan, setiap perusahaan memiliki standar yang sama ketika mengucapkan salam

5. Gunakan nada yang hangat dan ramah dan salam ketika sedang mengangkat panggilan telepon. Ada 4 hal yang disampaikan yaitu; salam, nama tempat kerja, nama kita dan Ada yang bisa saya bantu? (*How may I help you*?)
6. Persiapkan,bersiaplah untuk menjawab pertanyaan, mengambil pemesanan atau pesan, mengenal menu dan daftar minuman. Siapkan pena dan kertas
7. Dengarkan baik-baik, jika anda memang tertarik untuk melayani pelanggan anda dengan baik ini akan datang dengan sendirinya
8. Gunakan nama penelpon, beberapa penelpon akan mengenalkan nama pada awal pembicaraan, perhatikan dan gunakan nama tersebut misalnya "Baik, pak Romli, akan saya sampaikan pesan ....
9. Suara yang menarik, apa yang ditanyakan dan dinginkan oleh penelpon adalah penting bagi perusahaan. Penelpon adalah pelanggan yang potensial.
10. Jelaskan bagaimana organisasi kita dapat memenuhi harapan pelanggan, anda harus pandai menjelaskan tentang produk dan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Anda juga harus menginformasikan dengan baik produk dan layanan yang ditawarkan oleh departemen lain dalam perusahaan anda.
11. Menjelaskan tindakan pelanggan apa yang dapat diambil untuk memenuhi harapan mereka; pelanggan cukup bersedia untuk berupaya jika mereka pikir ini akan membantu anda untuk melayani mereka dengan lebih baik. Misalnya, ketika tamu mencoba untuk memesan meja untuk waktu sibu anda bisa mengatakan, " saya minta maaf, kami sudah memeiliki pemesanan untuk pukul 7. Jika anda akan datang 7.30 kami bisa melayani anda lebih cepat, tetapi jika anda datang jam 7, mungkin anda ingin mengambil minum sebelum makan malam di bar koktail kami. Kami akan menyajikan menu untuk anda segera dan anda bisa memutuskan makanan saat anda menikmati minuman anda"
12. Berikan informasi yang akurat, sangat penting bahwa informasi yang anda berikan benar dan terbaru
13. Cobalah untuk up-selling/ menjual, menjawab pertanyaan atau mengambil pemesanan adalah saat yang baik untuk menjual dengan merekomendasikan layanan yang lebih menguntungkan dan atau tambahan.
14. Apa yang harus anda lakukan jika anda tidak dapat menjawab pertanyaan?, jika anda tidak tahu informasi yang diperlukan, upayakan untuk mendapatkan informasi jika memungkinkan. Jika anda harus meninggalkan telepon, minat ijin, kemudian menempatkan telpon ditahan. Jangan biarkan telepon hidup karena percakapan terdekat akan dapat didengar oleh penelpon.

15. Apa yang harus anda lalukan jika anda tidak bisa mendapatkan informasi, mentransfer ke orang yang dapat memberikan informasi dengan tepat atau minta ijin untuk mengambil nomor penelpon supaya dapat ditelpon kembali untuk memberikan informasi yang ditanyakan.
16. Simpulkan pembicaraan secara profesional, selesaikan pembicaraan dengan kalimat yang menyenangkan misalnya “terimakasih atas pesanan anda, kami berharap dapat menyambut anda pada hari itu” Ingatlah, biarkan penelpon untuk menutup lebih dahulu telepon.

5. Mentransfer Panggilan Telepon



Jika ada panggilan yang tidak ditujukan pada departemen anda, mungkin anda perlu mentransfer pada pihak yang benar. Langkah-langkah untuk mentransfer panggilan telepon adalah:

1. Menetapkan apa yang penelpon inginkan
2. Menetapkan nama penelpon
3. Berlatih yang terbaik untuk menaggapi panggilan telepon
4. Meminta ijin, kemudian menempatan penelpon ditahan
5. Telepon orang yang anda pikir bisa membantu dan menjelaskan masalahnya, sehingga pemanggil tidak perlu menjelaskan lagi
6. Mendapatkan kembali penelpon dan kemudian mengatakan, “Saya akan mentransfer ke...”
7. Mentransfer panggilan.

6. Menangani Keluhan Melalui Telepon



Seperti halnya menangani keluhan langsung, penanganan keluhan melalui telepon dengan tahapan sebagai berikut:

- Dengarkan pelanggan
- Meminta maaf
- Menawarkan pemecahan
- Memindahkan masalah

- Menginformasikan orang yang tepat
- Menyediakan penggantian
- Menindaklanjuti

7. Panggilan Telepon Darurat dan Ancaman



Ketika anda menjawab panggilan telepon keadaan darurat, anda butuh berhenti dan berpikir apa prosedur tindakan yang benar dan kemudian bertindak.

Tanyakan pada penelpon:

1. Tipe keadaan darurat dengan tepat (kebakaran, ledakan, kecelakaan/ kesakitan)
2. Lokasi keadaan darurat dengan tepat
3. Mengidentifikasi Siapa mereka dan pada bagian apa mereka bekerja
4. Apa tindakan yang telah diambil atau apa yang akan diambil.

Tulis semua informasi untuk memutuskan tindakan terbaik apa yang harus dilakukan. Ini tergantung pada sifat darurat dan prosedur standar perusahaan. Namun, ini memungkinkan untuk melibatkan beberapa atau semua hal berikut:

- Hubungi pihak keamanan, jika tidak orang yang bertugas (*on duty*)
- Hubungi orang yang paling senior bertugas
- Bunyikan alarm kebakaran
- Penggil pemadam kebakaran
- Menelpon kepolisian
- Memanggil ambulans
- Mulai mengevakuasi
- Ikuti prosedur untuk memastikan semua tamu dan staf dicatat
- Ikuti prosedur pertolongan pertama

5. Ancaman

Telepon dengan ancaman dapat berupa ancaman bom, kekerasan terhadap orang atau ancaman merusak properti. Apapun bentuk ancaman, harus ditanggapi dengan serius, jangan tertawa atau marah karena hal itu akan mengganggu penelpon. Tuliskan segala sesuatu yang penelpon katakan dan coba mencari tahu sebanyak mungkin tentang siapa mereka, siapa yang melawan, mengapa, kapan dan bagaimana hal itu terjadi. Tanyakan hal apa yang dapat dilakukan untuk mengatasi situasi ini. Perhatikan bagimana orang itu berbicara, aksen yang digunakan, kata-kata tertentu yang tidak biasa digunakan, berapa umur penelpon. Rincian ini akan membantu pihak polisi dalam penyelidikan.

6. Melakukan panggilan telepon atau menelepon



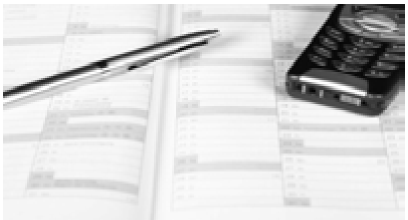
Persiapan menelepon yaitu :

1. Siapkan nomor telepon yang hendak di tuju
2. Siapkan peralatan menulis berupa kertas dan ballpoint
3. Catatlah hal - hal pokok yang akan di sampaikan kepada pihak yang di tuju

Pelaksanaan menelepon :

- memutar atau menekan nomer telepon yang di tuju dengan tepat sesuai dengan yang di maksud
- bila ada kesalahan menelepon segeralah minta maaf
- berikan salam dan menyebutkan identitas diri bila telah tersambung
- mengemukakan maksud dan tujuan dengan tepat dan jelas dan mudah di pahami
- mencatat hal - hal yang penting
- mengakhiri pembicaraan dengan ucapan terima kasih dan salam
- meletakan gagang telepon dengan pelan

4. Mencatat Pesan



Hal ini terjadi ketika ada panggilan telepon seseorang yang ingin ditemui penelpon tidak ada. Dan anda harus mengambil pesan itu. Ketika mengambil pesan, kita harus mencatat secara detail dengan:

1. nama dan jabatan dari penerima
2. nama, jabatan dan nomor telepon penelpon
3. tindakan yang diinginkan (ingin dipanggil kembali)
4. isi pesan
5. ulangi semua rincian
6. katakanlah apa tindakan yang akan anda ambil
7. memungkinkan penelpon untuk tutup duluan
8. tanggal dan waktu ketika anda mengambil pesan
9. nama anda, departemen dan nomor telepon

Message Record

For Amanda Corbel, HR department

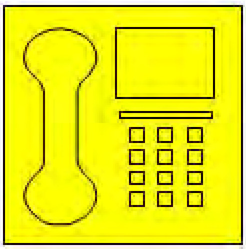
From Mary Hopkins

Ph. No. 0123 456 789

Message

Mrs. Hopkins can not keep the appointment for this evening
and asks to be called back ASAP to arrange another time.

Message taken



By:	Mark Spencer
Dep't.:	Dining room
Ext.:	9076
Date:	12.03.2005
Time:	2:45 p.m.

Menyampaikan pesan secepat mungkin, karena kegagalan penyampaian pesan akan menciptakan masalah bagi penerima pesan dan memberikan penelpon kesan buruk pada bisnis/usaha.

Menindaklanjuti pesan, kita tidak bertanggungjawab jika penerima pesan tidak merespon pesan itu, jika kita telah menyampaikan pesan itu pada waktunya. Namun kita bertanggungjawab jika pesan itu tidak dibaca oleh penerima, jika kita tidak menyampaikan pesan pada penerima secara langsung, dan mengetahui apakah penerima telah melihat pesan itu atau belum.



C. Rangkuman

Dalam berkomunikasi melalui telepon yang efektif perlu diperhatikan etika dan bahan-bahan yang harus dipersiapkan sebelum menjawab telepon maupun membuat panggilan telepon. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam mejawab telepon tergantung pada jenis/kondisi sperti telepon keluhan, ancaman, salah tujuan, orang yang dituju tidak di tempat. Untuk membuat panggilan telepon kita perlu perhatikan tahap persiap dan pelaksanaan membuat panggilan telepon.



D. Tugas

1. Carilah dari beberapa literatur dan pendapat ahli tentang definisi dari etika!

2. Cobalah Anda datang ke toko elektronik yang menjual berbagai pesawat telepon yang terdekat di kota Anda. Tanyakan kepada penjaga toko tersebut tentang berbagai pesawat telepon, di antaranya intercom, pesawat telepon, PMBX (*Private Manual Branch Excharge*), PABX (*Private Automatic Branch Excharge*), *switchboard* (papan sambungan), *loudspeaking telephone* (pelantang suara telepone), *telephone answering machine* PABX dan PMBX. Catatlah keterangan yang Anda peroleh dari mereka.

3. Pada toko yang Anda kunjungi, selain mengamati berbagai pesawat telepon, Anda bisa tanyakan pula kepada petugas toko tentang fungsi dan cara kerja masing-masing pesawat telepon tersebut. Catat semua penjelasan petugas toko bila ada yang belum Anda pahami. Tanyakanlah prosedur penggunaan pesawat telepon untuk menerima maupun mengadakan sambungan telepon.

4. Bila di sekolah Anda, ada guru atau teman yang memiliki HP, tanyakanlah cara menggunakan HP tersebut, baik untuk menelpon, menerima telepon, mengirim-menerima SMS, dan mengoperasikannya untuk keperluan internet (bila memungkinkan)

5. Coba jelaskan hal-hal di bawah ini;

   a. apa yang terjadi jika kalian **tidak** bersiap-siap dalam menjawab panggilan telepon?

b. apa yang terjadi jika kalian **tidak** sabar dalam menjawab panggilan telepon?

c. apa yang terjadi jika kalian **tidak** sopan dalam menjawab panggilan telepon?

d. apa yang terjadi jika kalian **tidak** membantu dalam menjawab panggilan telepon?

e. apa yang terjadi jika kalian **tidak** penuh perhatian dalam menjawab panggilan telepon?

f. apa empat hal yang harus anda katakan dalam menjawab panggilan telepon?

E. Tes Formatif

1. Apakah yang dimaksud dengan etika bertelepon?
2. Apakah perbedaan antara PABX dan PMBX?
3. Sebutkan jenis hubungan telepon, ditinjau dari jarak jangkauannya.
4. Sebutkan jenis hubungan telepon ditinjau dari cara kerjanya.
5. Kelengkapan telepon apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum menjawab panggilan telepon?
6. Bagaimanakah langkah-langkah dalam mentransfer panggilan telepon?
7. Hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan ketika menjawab panggilan telepon keadaan darurat.
8. Bagimanakah langkah-langkah dalam membuat panggilan telepon?
9. Bagimanakah salam sesuai standard perusahaan dalam menjawab panggilan telepon?
10. Hal-hal apa saja yang perlu dicatat secara detail dalam mencatat pesan dari tamu.

F. Kunci Jawaban Tes Formatif

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang dimaksud dengan etika bertelepon?	Norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik dalam berkomunikasi melalui telepon (mengangkat telepon sebelum 3 kali dering, konsentrasi dan senyum sebelum menjawab, menggunakan salam standar perusahaan, berdiri atau duduk tegak, berbicara dengan nada ramah, dll)
2	Apakah perbedaan antara PABX dan PMBX?	PABX; Jenis pesawat ini tidak memungkinkan kita dapat berhubungan langsung tanpa melalui operator. Untuk menelepon, penelpon harus terlebih dahulu melalui operator. Penelepon harus menekan nomor yang telah ditentukan. Setelah tersambung, penelepon baru dapat berhubungan langsung dengan nomor telepon luar yang dikehendaki, umumnya menggunakan ekstensi PMBX; Pesawat ini memungkinkan kita dapat berhubungan langsung tanpa melalui operator. Penelpon dapat berhubungan langsung dengan cara memutar nomor khusus untuk memperoleh saluran keluar. Setelah itu, penelepon baru memutar nomor telepon yang dikehendaki. Operator dapat pula dihubungi bila diperlukan dengan cara memutar nomor (kode) yang telah ditentukan.
3	Sebutkan jenis hubungan telepon, ditinjau dari jarak jangkauannya.	1. Hubungan antar bagian (intern) 2. Hubungan lokal (setempat) 3. Hubungan interlokal 4. Hubungan international (overseas call)
4	Sebutkan jenis hubungan telepon ditinjau dari cara kerjanya.	1. Hubungan melalui operator 2. Hubungan langsung 3. Hubungan langsung SMS

5	Kelengkapan telepon apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum menjawab panggilan telepon?	• Buku reservasi atau terminal komputer untuk mendata table booking • Buku pesan, pena dan pensil • Daftar extension telepon internal • Menulis di telepon harus pada nomer telepon sendiri • Daftar nomer telepon reguler • Daftar nomor telepon darurat • White and yellow buku telepon
6	Bagimanakah langkah-langkah dalam mentransfer panggilan telepon?	1. Menetapkan apa yang penelpon inginkan 2. Menetapkan nama penelpon 3. Berlatih yang terbaik untuk menaggapi panggilan telepon 4. Meminta ijin, kemudian menempatan penelpon ditahan 5. Telepon orang yang anda pikir bisa membantu dan menjelaskan masalahnya, sehingga pemanggil tidak perlu menjelaskan lagi 6. Mendapatkan kembali penelpon dan kemudian mengatakan, “Saya akan mentransfer ke...” 7. Mentransfer panggilan.
7	Hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan ketika menjawab panggilan telepon keadaan darurat.	Tanyakan pada penelpon: • Tipe keadaan darurat dengan tepat (kebakaran, ledakan, kecelakaan/kesakitan) • Lokasi keadaan darurat dengan tepat • Mengidentifikasi Siapa mereka dan pada bagian apa mereka bekerja • Apa tindakan yang telah diambil atau apa yang akan diambil.
8	Bagaimanakah langkah-langkah dalam membuat panggilan telepon?	Persiapan menelepon yaitu : • Siapkan nomor telepon yang hendak di tuju • Siapkan peralatan menulis berupa kertas dan ballpoint • Catatlah hal - hal pokok yang akan di sampaikan kepada pihak yang di tuju

		Pelaksanaan menelepon : • memutar atau menekan nomer telepon yang di tuju dengan tepat sesuai dengan yang di maksud • bila ada kesalahan menelepon segeralah minta maaf • berikan salam dan menyebutkan identitas diri bila telah tersambung • mengemukakan maksud dan tujuan dengan tepat dan jelas dan mudah di pahami • mencatat hal - hal yang penting • mengakhiri pembicaraan dengan ucapan terima kasih dan salam • meletakan gagang telepon dengan pelan
9	Bagimanakah salam sesuai standard perusahaan dalam menjawab panggilan telepon?	Sebutkan Greeting, nama tempat/bagian, nama sendiri, tawaran bantuan (Ada yang bisa dibantu?)
10	Hal-hal apa saja yang perlu dicatat secara detail dalam mencatat pesan dari tamu.	1. nama dan jabatan dari penerima 2. nama, jabatan dan nomor telepon penelpon 3. tindakan yang diinginkan (ingin dipanggil kembali) 4. isi pesan 5. ulangi semua rincian 6. katakanlah apa tindakan yang akan anda ambil 7. memungkinkan penelpon untuk tutup duluan 8. tanggal dan waktu ketika anda mengambil pesan 9. nama anda, departemen dan nomor telepon

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK

1. Carilah dari beberapa literatur dan pendapat ahli tentang definisi dari etika!

   ....

   ....

   ....

2. Cobalah Anda datang ke toko elektronik yang menjual berbagai pesawat telepon yang terdekat di kota Anda. Tanyakan kepada penjaga toko tersebut tentang berbagai pesawat telepon, di antaranya intercom, pesawat telepon, PMBX (*Private Manual Branch Excharge*), PABX (*Private Automatic Branch Excharge*), *switchboard* (papan sambungan), *loudspeaking telephone* (pelantang suara telepone), *telephone answering machine* PABX dan PMBX. Catatlah keterangan yang Anda peroleh dari mereka.

   ....

   ....

   ....

3. Pada toko yang Anda kunjungi, selain mengamati berbagai pesawat telepon, Anda bisa tanyakan pula kepada petugas toko tentang fungsi dan cara kerja masing-masing pesawat telepon tersebut. Catat semua penjelasan petugas toko bila ada yang belum Anda pahami. Tanyakanlah prosedur penggunaan pesawat telepon untuk menerima maupun mengadakan sambungan telepon.

   ....

   ....

   ....

4. Bila di sekolah Anda, ada guru atau teman yang memiliki HP, tanyakanlah cara menggunakan HP tersebut, baik untuk menelpon, menerima telepon, mengirim-menerima SMS, dan mengoperasikannya untuk keperluan internet (bila memungkinkan)

   ....

   ....

   ....

   ....

5. Coba jelaskan hal-hal di bawah ini;

   a. apa yang terjadi jika kalian **tidak** bersiap-siap dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

   b. apa yang terjadi jika kalian **tidak** sabar dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

   c. apa yang terjadi jika kalian **tidak** sopan dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

   d. apa yang terjadi jika kalian **tidak** membantu dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

   e. apa yang terjadi jika kalian **tidak** penuh perhatian dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

   f. apa empat hal yang harus anda katakan dalam menjawab panggilan telepon?

   ....

   ....

   ....

KEGIATAN BELAJAR 3
PENANGANAN KONFLIK

A. Tujuan Pembelajaran



a. Menjelaskan pengertian konflik
b. Menemukan definisi konflik
c. Mengidentifikasi level konflik
d. Mengelompokkan level konflik
e. Mengidentifikasi respon konflik
f. Mengklasifikasi respon konflik
g. Mendeskripsikan keluhan pelanggan
h. Mengelola keluhan pelanggan

B. Uraian Materi

Seseorang yang bekerja dalam industri perhotelan dan pariwisata dihadapkan pada situasi yang sulit. Dan banyak dari karyawan menghadapi situasi yang sulit dengan tidak mudah, karena kurang adanya persiapan. Oleh karena itu kita perlu membahasnya.

Konflik menurut kamus *Oxford Dictionary* konflik adalah "A serious disagreement or argument". Ini benar dan bahkan konflik bisa lebih dari itu. Konflik dapat meliputi teriakan, pelecahan verbal dan kasus kekerasan yang ekstrim. Di tempat kerja ketidak sepakatan atau ketidaksepahaman terjadi antar rekan dan kolega, pelanggan dan kolega atau pelanggan dengan pelanggan, dan demi kesehatan fisik dan mental konflik harus ditangani secara profesional.

Konflik menurut beberapa pendapat adalah sebagai berikut:

1. Dr. Robert M.Z. Lawang, **konflik** adalah perjuangan untuk memperoleh nilai, status, kekuasaan, dimana tujuan dari mereka yang berkonflik, tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk menundukkan saingannya.
2. Drs. Ariyono Suyono, **konflik** adalah proses atau keadaan dimana ada 2 pihak yang berusaha menggagalkan tercapainya tujuan masing-masing disebabkan karena adanya perbedaan pendapat, nilai-nilai ataupun tuntutan dari masing-masing pihak.
3. Soerjono Soekanto, **konflik** adalah proses sosial dimana orang atau kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menentang pihak lain yang disertai ancaman dan kekerasan.

Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan bahwa konflik merupakan proses ketidaksepahaman antara dua belah pihak mengenai nilai-nilai, status, kekuasaan dimana masing-masing pihak berpijak pada pendapat masing-masing dan bahkan menentang disertai ancaman dan kekerasan.

Dwyer, J. (1997:100) The Business Communication Handbook, Edisi ke- 4 (dalam Bagyono) menyatakan

> “Sebelum berhadapan dengan sebuah konflik, pastikan Anda memahami situasi dan apa yang sedang terjadi: temukan perbedaab yang nyata yang menyebabkan konflik tersebut. Aapakah masalhnya mengenai kenyataan, tujuan metode atau nilai yang berbeda? Dengan memahami situasi dan penyebab konflik yang sebenarnya, Anda akan mendapat beban yang cukup untuk memilih respon membangun yang sesuai dengan resolusi Konflik”

Konflik terjadi melalui beberapa level sebelum mencapai titik krisis, antara lain:



1. Ketidaknyamanan, perasaan karena ada hal-hal yang tidak benar
2. Kesalahpahaman, jika tidak jelas, ini akan meningkat menjadi hal yang tidak menyenangkan
3. Insiden, sesuatu terjadi yang dikonfirmasi dengan kecurigaa pada satu atau kedua belah pihak, ini tanda adanya sebuah konflik. Emosi belum berjalan tinggi namun orang telah merasa sesuatu harus segera dilakukan.
4. Ketegangan, jika tidak ada yang dilakukan maka konflik akan meningkat menjadi situasi yang tegang. Tidak adanya tindakan dengan sendirinya membawa pada tingkatan krisis.

5. Krisis, emosi menjadi tinggi dan orang-orang tidak saling berinteraksi dan berhenti.

Konflik terdiri dari 2 elemen yaitu;



1. Substantif. Unsur-unsur substantif adalah fakta-fakta di mana perselisihan terjadi seperti seorang pelayan telah membuat kesalahan ketika menulis pesanan makanan
2. Emosional . Unsur-unsur emosional adalah perasaan negatif antara pihak-pihak yang mungkin tidak ada hubungannya dengan kejadian yang sebenarnya .

Terdapat tiga tingkatan konflik yaitu:

1. Tingkat individu, ini biasa juga dikenal dengan konflik inetrpersonal dimana dua atau lebih pribadi berinteraksi untuk mencegah satu sama lain mencapai tujuan yang ditetapkan.
2. Tingkat kelompok, Dalam suatu organisasi beiasnya terdapat kelompok-kelompok yang mempunyai tujuan yang akan dicapai. Konflik muncul pada saat satu kelompok percaya bahwa kelompok itu terhalang oleh kelompok lain untuk melakukan pekerjaan yang baik.
3. Tingkat organisasi, contoh yang sangat tepat disini adalah konflik antara organisasi dengan serikat pekerja, dimana terjadi perbedaan pendapat antara kondisi kerja dan upah. Hasil dari konflik bisa parah, termasuk mogok kerja yang menyebabkan hilangnya produktifitas dan pendapatan.

Dalam merespon konflik ada beberapa tiga dasar merespon yaitu

1. *Aggression*, orang-orang yang agresif selau mencoba untuk menang dalam beberapa hal dengan mendominasi dan memalukan orang lain. Hasil dari konflik menang – kalah, karena orang agresif percaya dia telah menang dan yang lain kalah.

2. *Submission*, Orang-orang tipe ini menyerah dan tunduk karena ketidakmampuan dan tidak mau untuk menyampaikan sudut pandang mereka dan bahkan mengabaikan kebutuhan sendiri. Hasil konflik ini adalah kehilangan- menang, dimana pihak sendiri merasa kalah dan yang lainnya menang.

3. *Assertion*, Orang assertif mencoba untuk menyelesaikan konflik dengan tenang menyajikan sudut pandang mereka, menerima pandangan pihak lain dan menyarankan kompromi . Ini berakhir dalam situasi win-win karena semua pihak percaya bahwa mereka telah menang.

1. Bagimana menjadi Assertif?



Orang yang asertif mampu menjelaskan sudut pandang mereka percaya diri dan tegas tapi dengan cara yang tenang dan sopan . Menjadi tegas tidak berarti untuk menyerang atau mengirimkan tapi "*stand your ground*".

Perilaku assertif hanya bekerja jika Anda melakukannya dengan cara yang benar. (Diadaptasi dari *Corporate Express* video pelatihan, keterampilan Ketegasan)

- Konflik Wajah
- Tetap tenang
- Fakta yang ada
- Akui kesalahan Anda
- Ekspresikan perasaan Anda
- Mintalah apa yang Anda inginkan
- Mengungkapkan ketidaksetujuan
- Pertimbangkan kebutuhan orang lain
- Bersiaplah untuk berkompromi

Perilaku asertif tidak selamanya menjadi pemenang namun tetap menjadikan kita sebagai seseorang yang utuh dan ini merupakan senjata dlam penanganan konflik.

2. Merespon Komplain/Keluhan Pelanggan

Suatu yang menyenangkan jika tidak satu orang pun pelanggan menyatakan keluhan. Mereka akan senyum dan mengatakan, terimakasih, kami pasti akan datang lagi. Mengapa pelanggan komplain? Pelanggan komplain karena mereka tidak menerima seperti yang mereka harapkan. Dapatkah kita menghindari keluhan? Jika kita dapat melihat ketika pelanggan tidak puas, kita mungkin hanya memperbaiki situasi bahkan sebelum keluhan dilontarkan. Keterampilan ini penting,

banyak pelanggan yang tidak perlu mengeluh namun catatan mereka tidak akan datang kembali.



Komplain dibuat oleh pelanggan atau tamu karena mereka tidak terpuaskan. Ketidakpuasan ini secara umum disebabkan oleh

- Kegagalan perusahaan untuk menepati janji
- Layanan atau produk tidak memenihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan
- Perilaku lain dari staf dalam pekerjaannya

Tipe komplain didasarkan pada sebab terjadinya komplain yaitu

- Tingkat layanan
- Standar produk
- Proses
- Informasi yang diberikan
- Tagihan/bill
- Material pemasaran
- Kegagalan memenuhi janji
- Kondisi tempat
- Lingkungan
- Masalah yang berkaitan dengan pelanggan lain

Penting bagi seseorang yang bekerja di industri pariwisata dan perhotelan untuk merasa bertanggungjawab dalam penyelesaian komplain sesuai dengan tugas dan kewenangannya. Tujuan dalam menangani keluhan yaitu mengubah pengalaman pelanggan yang buruk menjadi positif dengan cara kita menagani situasi atau ketika kita dihadapan pada keluahan/komplain. Hal penting untuk menangani keluhan dengan ramah, efisien dan menyeluruh yang ditandai dengan penggunaan, antara lain;

- Kepekaan (*Sensitivity*)
- Kesopanan (*Courtesy)*
- Kebijaksanaan (*Discretion*)

Pada setiap kesempatan ketika menangani keluhan (situasi sulit), karakteristik efektif yang perlu dilakukan antara lain adalah mengidentifikasi keluhan, meminta maaf dan menjelaskan dengan baik bagaimana kita akan menangani keluhan.



Ada terdapat banyak model penanganan keluhan, yang dirasa paling efektif adalah Model AQUA, yaitu

A : Acknowledge/Mengakui

Q : Question/Pertanyaan

U : Understand/Memahami

A : Answer/Jawaban

1. Mengakui.

   Langkah pertama kita mendorong pelanggan/tamu untuk menjelaskan masalah yang menyebabkan keluhan/situasi sulit yang terjadi. Kemudian kita mengakui ada masalah dan kita berikan sinyal niat kita untuk membantu. Permintaan maaf harus menjadi bagian didalamnya.

2. Pertanyaan

   Langkah kedua, ini dapat dilakukan ketika pelanggan/tamu telah memberitahu kita tentang masalah yang telah terjadi. Ini mengharuskan kita untuk mengajukan pertanyaan untuk memperjelas situasi dan untuk menunjukkan niat yang tulus dengan masalah yang sedang dipertimbangkan. Mempertanyakan orang tentang masalah ini menunjukkan keinginan untuk memahami sifat yang tepat dari masalah/ keluhan agar dapat ditemukan penyelesaian yang terbaik.

3. Memahami

   Pada langkah ini kita menunjukkan, kita telah mengerti apa yang sebenarnya yang dikeluhkan oleh pelanggan atau tamu. Kita melakukan ini dengan mengutip apa yang mereka katakan dengan mempertimbangkan emosi dan penyebab masalah lainnya. Ini membantu untuk menurunkan ketegangan dengan membuktikan bahwa kita telah memperhatikan apa yang mereka katakan. Hal ini juga memberikan kesempatan kepada mereka untuk menyampaikan informasi tambahan atau mengkarifikasi informasi sebelumnya, mungkin belum sepenuhnya mereka katakan.

4. Jawaban

   Hal ini merupakan inti dari seluruh proses. Pelanggan biasanya ingin kita dapat mengatasi keluhan atau masalah dimana hal itu terjadi; kita mengembangkan jawabab atas masalah, keluhan atau komplain. Setiapan jawaban atau solusi akan sangat bergantung pada pedoman dalam kebijakan dan prosedur di tempat kerja.



C. Rangkuman

Konflik terjadi dari munculnya ketidaknyamanan, kesalahpahaman, insiden, ketegangan dan krisis. Elemen konflik yaitu substantif dan emosional. Tingkatan konflik yaitu konflik individu, kelompok dan organisasi. Tiga dasar merespon konflik yaitu; *aggression, submission* dan *assertion*. Hal penting dalam menangani keluhan yaitu; kepekaan, kesopanan dan kebijaksanaan. Satu model penanganan keluhan yang dirasa efektif yaitu; AQUA (*Acknowledge, Question, Understand, Answer*).



D. Tugas

1. Carilah dari beberapa literature atau sumber mengenai definisi konflik.

2. Tentukanlah elemen substantive dan emotional pada situasi berikut:

   Seorang pelayan memberikan pesanan makanan pada Chef. Chef melihat dan menyadari bahwa pelayan lupa menunjukkan tingkat kematangan makanan dari steak. Dia mengatakan pada pelayan, “saya tidak bias percaya ini. Hari ini kamu merusakkan mobil saya ketika kamu memarkirkan kendaraanmu dan sekarang kamu tidak mengetahui bagaimana menulis pesanan makanan yang sederhana. Kamu bukan seorang waiter yang baik, hanya dengan melihat style rambutmu”

3. Buatlah pernyataan assertif untuk situasi dibawah ini;

   a. Kalian adalah pelayan sebelah stasiun Charles. Charles menghabiskan waktu banyak berbicara dengan pelanggan. Dan sering mengabaikan perintah untuk mengumpulkan pesanan pada tepat waktu. Chef tidak ingin makanan menjadi dingin sampai di meja tamu dan kalian sering membawa makanan ke meja Charles. Apa yang harus kalian katakan pada Charles?

   b. Kepala bartender meminta kalian untuk pergi ke toko karena bar telah kehabisan jus jeruk. Ketika kalian sampai di sana, pelayan toko mengatakan,"Kamu lupa lagi ya? Tidak? Kau benar-benar konyol. Kamu tidak bisa tepat waktu, kamu benar-benar konyol, sekarang kami tidak memiliki stock lagi, Kembalilah besok. Apa yang harus kalian katakan pada pelayan toko?

   c. Kalian seorang barista di kafe yang sibuk. Kalian terlambat tiba di tempat kerja hari ini, dan Mary, headwaiter tidak berkesan. Ketika mulai bekerja kalian menyadari bahawa mesin kopi espresso tidak bekerja dengan baik, namun kalian tidak melaporkan pada mary, takut kalau akan mendapatkan marah lagi. Beberapa waktu kemudian seorang pelanggan mengeluhkan, bahwa kopi espresso kurang berbuih. Mary datang dan langsung marah dengan mengatakan, kamu gadis yang tidak berguna! Pertama kamu datang terlambat dan sekarang kamu tidak bisa membuat cappucino baik".

   Apa yang harus anda lakukan untuk menghindari hal itu?

4. Berikut ada 12 keluhan, siapakah yang harus menangani dan bagaimana cara penanganannya?

No	Keluhan/komplain	Seharusnya bisa ditangani oleh siapa? (Kalian bisa sebutkan lebih dari satu orang	Bagaimana cara penanganan?
1	Sup dingin		
2	Menurut bill ini, Anda membuat tagihan untuk 4 gelas anggur, tetapi saya hanya 3 gelas		
3	Ruangan ini terlalu dingin		

4	Tempat parkir selalu penuh		
5	Saya katakan bahwa retauran ini tidak bisa digunakan lagi, harga semakin naik tetapi kualitas menurun		
6	Mengapa anda tidak buat pesto? Semua restauran punya pesto sekarang		
7	Layanan disini terlalu lambat, kami telah menunggu untuk makanan utama lebih dari 40 menit		
8	Musik terlalu keras		
9	Mengapa dinisi sangat gelas, Saya tidak bisa membaca menu		
10	Saya telah memesan tempat dekat dengan jendela, tetapi saya duduk di belakang		
11	Saya memesan ikan panggan namun ini ikan goreng		
12	Harga tiket tidak sesuai dengan yang di dalam brosur		

E. Tes Formatif

1. Bagaimanakah tahapan terjadinya konflik? Berikan penjelasan.
2. Sebutkan elemen konflik.
3. Sebutkan tingkatan konflik.
4. Bagimanakah dasar-dasar penanganan konflik? Jelaskan
5. Hal penting apa saja yang harus diperhatikan dalam menangani konflik?
6. Jelaskan model penanganan konflik AQUA.

F. Kunci Jawaban Tes Formatif

No	Butir Pertanyaan	Kunci Jawaban
1	Bagaimanakah tahapan terjadinya konflik? Berikan penjelasan.	Konflik terjadi melalui beberapa level sebelum mencapai titik krisis, antara lain: 1. Ketidaknyamanan, perasaan karena ada hal-hal yang tidak benar 2. Kesalahpahaman, jika tidak jelas, ini akan meningkat menjadi hal yang tidak menyenangkan 3. Insiden, sesuatu terjadi yang dikonfirmasi dengan kecurigaa pada satu atau kedua belah pihak, ini tanda adanya sebuah konflik. Emosi belum berjalan tinggi namun orang telah merasa sesuatu harus segera dilakukan. 4. Ketegangan, Jika tidak ada yang dilakukan maka konflik akan meningkat menjadi situasi yang tegang. Tidak adanya tindakan dengan sendirinya membawa pada tingkatan krisis.

		5. Krisis, emosi menjadi tinggi dan orang-orang tidak saling berinteraksi dan berhenti.
2	Sebutkan elemen konflik.	Elemen konflik yaitu substantif dan emosional
3	Sebutkan tingkatan konflik.	Tingkatan konflik yaitu konflik individu, kelompok dan organisasi
4	Bagimanakah dasar-dasar penanganan konflik? Jelaskan!	Tiga dasar merespon yaitu 1. *Aggression*, orang-orang yang agresif selau mencoba untuk menang dalam beberapa hal dengan mendominasi dan memalukan orang lain. Hasil dari konflik menang – kalah, karena orang agresif percaya dia telah menang dan yang lain kalah. 2. *Submission*, Orang-orang tipe ini menyerah dan tunduk karena ketidakmampuan dan tidak mau untuk menyampaikan sudut pandang mereka dan bahkan mengabaikan kebutuhan sendiri. Hasil konflik ini adalah kehilangan-menang, dimana pihak sendiri merasa kalah dan yang lainnya menang. 3. *Assertion*, Orang assertif mencoba untuk menyelesaikan konflik dengan tenang menyajikan sudut pandang mereka, menerima pandangan pihak lain dan menyarankan kompromi . Ini berakhir dalam situasi win-win karena semua pihak percaya bahwa mereka telah menang.
5	Hal penting apa saja yang harus diperhatikan dalam menangani konflik?	kepekaan, kesopanan dan kebijaksanaan
6	Jelaskan model penanganan konflik AQUA.	A : *Acknowledge*/Mengakui Q : *Question*/Pertanyaan U : *Understand*/Memahami A : *Answer*/Jawaban

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK

1. Carilah dari beberapa literatur atau sumber mengenai definisi konflik.

   ....

   ....

   ....

   ....

   ....

   ....

2. Tentukanlah elemen *substantive* dan *emotional* pada situasi berikut:

   Seorang pelayan memberikan pesanan makanan pada Chef. Chef melihat dan menyadari bahwa pelayan lupa menunjukkan tingkat kematangan makanan dari steak. Dia mengatakan pada pelayan, “saya tidak bias percaya ini. Hari ini kamu merusakkan mobil saya ketika kamu memarkirkan kendaraanmu dan sekarang kamu tidak mengetahui bagaimana menulis pesanan makanan yang sederhana. Kamu bukan seorang waiter yang baik, hanya dengan melihat style rambutmu”.

   ....

   ....

   ....

   ....

   ....

   ....

   ....

3. Buatlah pernyataan assertif untuk situasi dibawah ini;

No	Keluhan	Pernyataan Assertif
1.	Kalian adalah pelayan sebelah stasiun Charles. Charles menghabiskan waktu banyak berbicara dengan pelanggan. Dan sering mengabaikan perintah untuk mengumpulkan pesanan pada tepat waktu. Chef tidak ingin makanan menjadi dingin sampai di meja tamu dan kalian sering membawa makanan ke meja Charles. Apa yang harus kalian katakan pada Charles?	
2.	Kepala bartender meminta kalian untuk pergi ke toko karena bar telah kehabisan jus jeruk. Ketika kalian sampai di sana, pelayan toko mengatakan,"Kamu lupa lagi ya? Tidak? Kau benar-benar konyol. Kamu tidak bisa tepat waktu, kamu benar-benar konyol, sekarang kami tidak memiliki stock lagi, Kembalilah besok. Apa yang harus kalian katakan pada pelayan toko?	
3.	Kalian seorang barista di kafe yang sibuk. Kalian terlambat tiba di tempat kerja hari ini, dan Mary, headwaiter tidak berkesan. Ketika mulai bekerja kalian menyadari bahawa mesin kopi espresso tidak bekerja dengan baik, namun kalian tidak melaporkan pada mary, takut kalau akan mendapatkan marah lagi. Beberapa waktu kemudian seorang pelanggan mengeluhkan, bahwa kopi espresso kurang berbuih. Mary datang dan langsung marah dengan mengatakan, kamu gadis yang tidak berguna! Pertama kamu datang terlambat dan sekarang kamu tidak bisa membuat cappucino baik". Apa yang harus anda lakukan untuk menghindari hal itu?	

4. Berikut ada 12 keluhan, siapakah yang harus menangani dan bagaimana cara penanganannya?

No	Keluhan/komplain	Seharusnya bisa ditangani oleh siapa? (Kalian bisa sebutkan lebih dari satu orang	Bagaimana cara penanganan?
	Soup dingin		
	Menurut bill ini, Anda membuat tagihan untuk 4 gelas anggur, tetapi saya hanya 3 gelas		
	Ruangan ini terlalu dingin		
	Tempat parkir selalu penuh		
	Saya katakan bahwa retauran ini tidak bisa digunakan lagi, harga semakin naik tetapi kualitas menurun		
	Mengapa anda tidak buat pesto? Semua restauran punya pesto sekarang		
	Layanan disini terlalu lambat, kami telah menunggu untuk makanan utama lebih dari 40 menit		

	Musik terlalu keras		
	Mengapa dinisi sangat gelas, Saya tidak bisa membaca menu		
	Saya telah memesan tempat dekat dengan jendela, tetapi saya duduk di belakang		
	Saya memesan ikan panggan namun ini ikan goreng		
	Harga tiket tidak sesuai dengan yang di dalam brosur		

KEGIATAN BELAJAR 4
PENGETAHUAN DAN PROMOSI PRODUK

A. Tujuan Pembelajaran



Peserta didik mampu:

1. Mendeskripsikan tentang pengetahuan produk
2. Mengumpulkan contoh-contoh pengetahuan produk
3. Mengidentifikasi aids/perangkat promosi produk
4. Menemukan/membuat contoh-contoh aids/perangkat promosi produk
5. Menjelaskan bagaimana membangun pengetahuan produk
6. Membangun pengetahuan produk
7. Menjelaskan teknik penjualan produk
8. Menerapkan teknik penjualan produk



B. Uraian Materi

1. Pengetahuan Produk

Industri perhotelan dan perjalanan wisata adalah contoh industri yang bergerak dibidang jasa yang artinya produk yang dihasilkan atau dijualnya dominan dibidang jasa atau pelayanan. Dalam arti luas produk adalah sekumpulan atribut baik yang nyata maupun tidak nyata yang melengkapi barang. Secara lebih lengkap yang dimaksud produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba (nyata) ataupun tidak dapat diraba (tidak nyata) termasuk bungkus/ kemasan, warna, harga, pelayanan yang diterima pembeli guna memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk yang dijual oleh industri perhotelan adalah produk nyata dan tidak nyata. Produk nyata yang dijual hotel antara lain kamar, makanan dan minuman, sedangkan produk yang tidak nyatanya adalah keramahtamahan, kesopansantunan, keamanan dan kenyamanan. Perbedaan antara yang nyata tidaknyata adalah jika produk nyatanya berwujud, tetapi produk tidak nyata adalah jasa atau pelayanan yang tidak terlihat namun dapat dirasakan oleh tamu.

Karakteristik jasa yang membedakan dengan barang ada empat yaitu:

- *Intagibility* yaitu tidak bisa dimiliki, jika barang bisa dimiliki namun jasa hanya dapat dinikmati/dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Walaupun sebagaian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik misalnya mobil dalam jasa transportasi.
- *Inseparability*: barang biasanya di produksi terlebih dahulu kemudian dijual, lalu dikonsumsi sedangkan jasa dijual terlebih dahulu kemudian di produksi dan di konsumsi secara bersamaan.
- *Variability*: sifatnya jasa sangat bervariasi bentuk, kualitas dan jenisnya tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- *Perishability*: jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan contohnya jika ada kamar yang tidak terjual pada hari ini maka akan hilang



Produk utama yang dijual di hotel adalah kamar, makanan dan minuman. Adapula produk lainnya seperti ruang serbaguna (function rooms), laundry, jasa kesekertarisan,jasa transportasi, jasa pengasuhan bayi dsb. Produk yang dijual oleh hotel bisnis dengan hotel resort atau hotel airport, hal yang membuat berbeda adalah karakteristik tamunya.

Setiap pekerja dibidang perhotelan ataupun perjalanan wisata yang bekerjanya langsung berhubungan dengan tamu sangat membutuhkan pengetahuan yang baik tentang informasi produk yang dijualnya. Bayangkan jika seorang Receptionist atau Ticketing staff tidak mampu menjelaskan produk yang akan dijualnya?

Promosi merupakan salah satu usaha untuk menginformasikan dan mempengaruhi seseorang untuk tertarik sehingga melakukan transaksi atas barang atau jasa yang dipasarkannya. Setiap karyawan diharapkan mampu mempromosikan produk yang dijual oleh hotel ataupun usaha perjalanan wisata. Adapun tujuan promosi yaitu:

- Menyebarkan informasi kepada pihak luar
- Mendapatkan kenaikan penjualan/profit
- Mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan
- Membedakan atau mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
- Membentuk citra produk dimata konsumen sesuai dengan yang diinginkan

Agar mencapai tujuan promosi tersebut, setiap karyawan dan disetiap kesempatan diharapkan mampu melakukan kegiatan promosi. Dalam upaya berpromosi ada empat cara yang digunakan oleh hotel yaitu:

- *Personal selling* yaitu kegiatan tatap muka antara penjual dengan calon pembelinya untuk menawarkan barang. Kegiatan ini memiliki kebaikan dan kelemahan. Kebaikan pada metode ini, penjual dapat mengetahui secara langsung reaksi konsumen. Kelemahannya ialah memerlukan waktu dan biaya yang besar.
- *Publicity* yaitu pemberitaan tentang suatu produk yang disampaikan melalui media. Dengan pemberitaan tersebut masyarakat/konsumen menjadi tahu tentang adanya produk. Kegiatan publicity ini biasanya diawali dengan mengundang wartawan untuk datang ke hotel dan kemudian memberitakan apa yang dilakukan perusahaan. Dalam hal-hal tertentu publicity sangat effektif untuk mengembalikan citra hotel yang mengalami penurunan karena sesuatu hal.
- *Advertising* atau periklanan yaitu suatu pesan tentang pruduk yang disampaikan melalui media dengan tujuan untuk memperoleh banyak pembeli. Pesan iklan ialah pesan yang sifatnya persuasif yang artinya membujuk, mempengaruhi bahkan merayu. Oleh sebab itu pesan iklan selalu penuh dengan kreatifitas.
- *Sales promotion* adalah upaya untuk meningkatkan volume penjualan dengan memberikan hadiah, discount, voucher, bonus dsb agar terjadi permintaan yang sifatnya segera. Dalam kegiatan sales promotion ini kadang-kadang disertai dengan demontrasi tentang penggunaan barang. Sales promotion mempunyai tujuan jangka pendek. Sedangkan advertising mempunyai tujuan jangka panjang.

Dari keempat cara berpromosi tersebut mempunyai keunggulan dan kelamahannya masing-masing. Keempat cara promosi tersebut umum digunakan di industri perhotelan dan usaha perjalanan wisata.

Dalam rangka mencapai tujuan hotel yaitu pendapatan yang maksimal dari penjualan produknya, maka hotel menyadari bahwa setiap pekerja khususnya yang langsung berhubungan dengan tamu mempunyai kesempatan untuk mempromosikan produk hotel yang selalu berubah menyesuaikan dengan karakteristik tamu dan waktu, contohnya fasilitas dan pelayanan kamar, menu makanan dan minuman dsb. Oleh sebab itu pekerja diharapkan selalu mempelajari produk tersebut.



Ada beberapa upaya hotel untuk memberikan informasi produk agar selalu terkini antara lain dengan cara menginformasikan tentang adanya informasi produk terbaru pada saat briefing, menyimpan brosur di mading kantin pegawai, mengadakan pelatihan tentang bagaimana menjual dan memberikan pelayanan produk yang baru, sedangkan sebagai karyawan juga diharapkan aktif mengembangkan pengetahuan produk antara lain dengan cara melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana membuat suatu produk dan bagaimana melayani produk tersebut, membaca buku dan majalah tentang pariwisata dan perhotelan, mengakses informasi tentang perkembangan produk dan pelayanan melalui internet, mengikuti seminar atau pelatihan tentang produk dan pelayanan, membaca dan mempelajari angket tamu untuk melihat sejauhmana tamu puas akan produk dan pelayanan.

Cara yang paling efektif untuk mempromosikan produk dan jasa adalah dengan cara bertatap muka (face to face). Apabila anda memiliki pengetahuan yang baik tentang produk dan kepercayaan diri yang baik maka dapat meningkatkan pandapatan perusahaan daripada berpromosi dengan menggunakan brosur.

Apa yang dimaksud dengan menjual?. Menjual berarti menjelaskan suatu produk atau jasa yang informatif dan dengan cara yang menarik yang membuat tamu berkeinginan untuk membeli.

Jika ini dilakukan dengan profesional maka tamu dapat menikmati pelayanan yang lain dan ketika mereka meninggalkan hotel, mereka sangat ingin kembali datang ke hotel tersebut. Ada beberapa sifat yang harus dimiliki agar dapat menjual yaitu:

- Ramah
- Termotivasi
- Penuh perhatian

- Kesungguhan hati/Keikhlasan
- Bersemangat
- Kepercayaan diri
- Mempunyai pengetahuan tentang produk
- Berkeinginan keras untuk memberikan pelayanan yang terbaik
- Berkomunikasi dengan baik
- Memahami tamu atau mampu membaca keinginan tamu

Agar dapat mempromosikan dan menjual produk berhasil, maka ada beberapa tehnik yang digunakan yang disebut dengan selling technic skill adalah metode dengan mana seseorang yang terlibat dalam penjualan membuat kontak dengan calon pelanggan dan menunjukkan bagaimana produk akan menguntungkan pelanggan yang menghasilkan penjualan. Ada banyak teknik-teknik khusus yang berbeda dan metode yang dapat digunakan dalam penjualan dan banyak orang menemukan bahwa praktek dan mencoba metode yang berbeda membantu mereka menemukan satu yang terbaik untuk mereka. Sebuah selling skill biasanya dapat dibagi menjadi langkah-langkah yang berbeda yang digunakan untuk membuat penjualan. Salah satu teori menjual yang dikemukakan adalah teori AIDAS, teori ini berisi tentang tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh seorang penjual di dalam melakukan kegiatan penjualan.

b. *Attention* yaitu penjual harus berusaha agar calon pembeli memperhatikan penawaran yang dilakukan calon penjual.

c. *Interest* bahwa penjual harus mengubah perhatian calon pembeli menjadi minat yang kuat.

d. *Desire* bahwa kebiasaan calon pembeli dalam mengambil keputusan membeli tidaklah sama.

e. *Action* yaitu penjual harus menyakinkan kepada pembeli bahwa keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan adalah keputusan yang tepat.

f. *Satisfaction* yaitu penjual harus memastikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai apa yang dijelaskan.

C. Rangkuman

Produk yang dijual dapat dibagi menjadi dua yaitu produk nyata (*tangible*) dan produk yang tidak nyata *(intangible*), Produk nyata adalah produk yang dihasilkannya berwujud, sedangkan produk tidak nyata(*intangible*) adalah produk yang tidak nyata namun dapat dirasakan atau dinikmati oleh tamu. Produk yang dijual oleh hotel sangat ditentukan oleh karakteristik tamunya. Karakteristik jasa yaitu *intagibility, inseparability, variability, perishability*

Setiap karyawan diharapkan mampu melakukan kegiatan promosi. Tujuan promosi yaitu; menyebarkan informasi kepada pihak luar, mendapatkan kenaikan penjualan/profit, mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan, membedakan atau mengunggulkan produk dibanding produk pesaing, dan membentuk citra produk dimata konsumen sesuai dengan yang diinginkan. Cara yang paling efektif untuk mempromosikan produk dan jasa adalah dengan cara bertatap muka (*face to face*).Karyawan juga diharapkan aktif mengembangkan pengetahuan produk antara lain dengan cara melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana membuat suatu produk dan bagaimana melayani produk tersebut, membaca buku dan majalah tentang pariwisata dan perhotelan, mengakses informasi tentang perkembangan produk dan pelayanan melalui internet, mengikuti seminar atau pelatihan tentang produk dan pelayanan, membaca dan mempelajari angket tamu untuk melihat sejauhmana tamu puas akan produk dan pelayanan.

D. Tugas

1. Carilah informasi tentang produk nyata dan tidak nyata yang dijual oleh hotel bisnis, hotel wisata dan usaha perjalanan wisata.
2. Temukan dan jelaskan perbedaan jasa/pelayanan yang disediakan oleh hotel bisnis dan hotel resort.
3. Temukan berbagai macam contoh promosi yang digunakan oleh hotel dan usaha perjalanan wisata dari internet, koran atau majalah.
4. Buatlah satu iklan tentang produk nyata dan tidak nyata tentang perhotelan atau usaha perjalanan wisata yang sesuai dengan karakteritik hotel di daerah kalian.
5. Buatlah langkah tehnik penjualan/AIDAS untuk menjual produk hotel, kemudian praktikkan dengan teman kalian.

E. Tes Formatif

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan singkat dan jelas.

1. Jelaskan perbedaan produk nyata dan tidaknyata.
2. Jelasnya pentingnya pengetahuan produk yang baik bagi perusahaan
3. Sebutkan tujuan kegiatan promosi.
4. Sebutkan sifat yang harus dimiliki agar dapat menjual.
5. Sebutkan tehnik menjual dengan menggunakan AIDAS.

F. Kunci Jawaban Tes Formatif

No	Butir Pertanyaan	Kunci Jawaban
1	Perbedaan produk nyata dan tidak nyata	Produknyata adalah produk yang berwujud, sedangkan produk tidak nyata adalah produk yang tidak berwujud namun dapat dinikmati dan dirasakan oleh tamu
2	Pentingnya pengetahuan produk yang baik bagi perusahaan	Setiap karyawan hotel maupun usaha perjalanan wisata harus memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual oleh perusahaannya. Pengetahuan produk yang baik sangat berpengaruh terhadap pelayanan informasi yang dibutuhkan tamu
3	Sebutkan tujuan kegiatan promosi	• Menyebarkan informasi kepada pihak luar. • Mendapatkan kenaikan penjualan/profit • Mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan. • Membedakan atau mengunggulkan produk dibanding produk pesaing

		• Membentuk citra produk dimata konsumen sesuai dengan yang diinginkan
4	Sebutkan sifat yang harus dimiliki agar dapat menjual	Ramah, termotivasi, penuh perhatian, kesungguhan hati/keikhlasan, bersemangat, kepercayaan diri, mempunyai pengetahuan tentang produk, berkeinginan keras untuk memberikan pelayanan yang terbaik, berkomunikasi dengan baik, memahami tamu atau mampu membaca keinginan tamu
5	Sebutkan tehnik menjual dengan menggunakan AIDAS	a. *Attention* yaitu penjual harus berusaha agar calon pembeli memperhatikan penawaran yang dilakukan calon penjual. b. *Interest* bahwa penjual harus mengubah perhatian calon pembeli menjadi minat yang kuat. c. *Desire* bahwa kebiasaan calon pembeli dalam mengambil keputusan membeli tidaklah sama. d. *Action* yaitu penjual harus menyakinkan kepada pembeli bahwa keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan adalah keputusan yang tepat. e. *Satisfaction* yaitu penjual harus memastikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai apa yang dijelaskan.

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK

1. Carilah informasi tentang produk nyata dan tidak nyata yang dijual oleh hotel bisnis, hotel wisata dan usaha perjalanan wisata.

Produk nyata			
No	**Hotel Bisnis**	**Hotel Resort**	**Usaha Perjalanan Wisata**

Produk tidaknyata			
No	**Hotel Bisnis**	**Hotel Resort**	**Usaha Perjalanan Wisata**

2. Temukan dan jelaskan perbedaan jasa/pelayanan yang disediakan oleh hotel bisnis dan hotel resort.

   ....

   ....

   ....

   ....

3. Temukan berbagai macam contoh promosi yang digunakan oleh hotel dan usaha perjalanan wisata.

   ....

   ....

   ....

   ....

4. Buatlah satu iklan tentang produk nyata dan tidak nyata tentang perhotelan atau usaha perjalanan wisata yang sesuai dengan karakteritik hotel di daerah anda.

   ....

   ....

   ....

   ....

5. Buatlah langkah tehnik penjualan/AIDAS untuk menjual produk hotel, kemudian praktikkan dengan teman anda.

   ....

   ....

   ....

   ....

EVALUASI

A. Attitude skills

Penilaian sikap (attitude) dilakukan pada saat pembelajaran berlangsung, nilai-nilai yang ditumbuhkan dan dibiasakan disesuaikan dengan KI-1 dan KI-2 yang mendukung pembelajaran KI-3 dan KI-4. Adapun alternatif format penilaian sikap (attitude) yang dapat dipergunakan adalah sebagai berikut

Contoh:

INSTRUMEN PENILAIAN SIKAP

Mata Pelajaran : Public Relations

Materi : Kegiatan Belajar 1 *Ruang Lingkup Public Relations*

Kelas : ....

Kompetensi Dasar : 3.1.menjelaskan tentang ruang lingkup *public relations*

4.1. menemukan fungsi *public relations* dalam suatu organisasi

Pertemuan ke : ....

Alokasi : ....

KOMPONEN			INDIKATOR
1.	Dsiplin	:	Hadir tepat waktu Menyelesaikan tugas tepat waktu
2.	Tanggung jawab	:	Memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan tugas dengan baik
3.	Kesantunan	:	Santun dalam berbicara, berperilaku, berbusana berdasarkan norma-norma umum
4.	Kerjasama	:	Mampu bekerjasama dalam menyelesaikan tugas dan bersama-sama mencari solusiterhadap permasalahan yang dihadapi kelompok
5.	Proaktif	;	Tanggap dalam berbagai situasi dalam bidang *public relations*

NO.	NAMA SISWA	ASPEK PENILAIAN					Total Skor	Predikat	Nilai Sikap
		1	2	3	4	5			
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6									
7.									
8.									
9.									
10									

NILAI	**Kriteria**
4	Selalu, apabila malakukan sesuai indikator
3	Sering, apabila sering melakukan sesuai pernyataan dan kadang tidak melakukan
2	Kadang-kadang, apabila kadang-kadang melakukan dan sering tidak melakukan
1	Tidak pernah, apabila tidak pernah melakukan

......................,.......,...............20....

Guru Pengampu

....

B. Kognitif skills

Penilaian pengetahuan siswa dapat dilakukan dengan test tertulis atau test lisan, sedang bentuknya; test formatif (essay, pilihan ganda, benar salah).

C. Psikomotorik skills

Contoh:

INSTRUMEN PENILAIAN KETERAMPILAN
(PROSES PEMBELAJARAN)

Mata Pelajaran : Public Relations

Materi : Kegiatan Belajar 1 *Ruang Lingkup Public Relations*

Kelas : ....

Kompetensi Dasar : 3.1.menjelaskan tentang ruang lingkup *public relations*
4.1. menemukan fungsi *public relations* dalam suatu organisasi

Pertemuan ke : ....

Alokasi : ....

KOMPONEN		INDIKATOR
1. Keterampilan berpikir	:	Menunjukkan cara berfikir logis, rasional dan sistematis dalam proses pembelajaran
2. Keterampilan reaktif	:	Memberikan respon secara efektif terhadap peristiwa dan situasi yang terjadi dalam proses pembelajaran dengan pendekatan berpikir positif
3. Keterampilan interaktif	:	Mampu berkomunikasi secara efektif dan tidak mendominasi setiap topik pembicaraan dengan menggunakan *body language* yang positif
4. Keterampilan mengkreasi/ mencipta	:	Mampu menghasilkan penemuan fungsi public relations dalam suatu organisasi

NO.	NAMA SISWA	ASPEK PENILAIAN					Total Skor	Predikat	Nilai Sikap
		1	2	3	4	5			
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6									
7.									
8.									
9.									
10									

NILAI	Kriteria
4	Selalu, apabila malakukan sesuai indikator
3	Sering, apabila sering melakukan sesuai pernyataan dan kadang tidak melakukan
2	Kadang-kadang, apabila kadang-kadang melakukan dan sering tidak melakukan
1	Tidak pernah, apabila tidak pernah melakukan

......................,.......,...............20....

Guru Pengampu

....

D. Produk/benda kerja sesuai kriteria standard

CONTOH:

REKAPITULASI NILAI PORTOFOLIO
(PRODUK)

Mata Pelajaran : Public Relations
Materi : Kegiatan Belajar 1 *Ruang Lingkup Public Relations*
Kelas : ....
Kompetensi Dasar : 3.1.menjelaskan tentang ruang lingkup *public relations*
4.1. menemukan fungsi *public relations* dalam suatu organisasi
Pertemuan ke : ....
Alokasi : ....

NO.	**NAMA SISWA**	Nilai Tugas					**Nilai Rata-rata Tugas**
		Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6							
7.							
8.							
9.							
10							

Keterangan: Nilai Tugas diisi dengan angka

NILAI	PREDIKAT
92.50 -100	Sangat Memuaskan
85.00-92.49	Memuaskan
77.50-84.99	Baik Sekali
70.00-77.49	Baik
< 70.00	Kurang

.......................,.......,...............20....

Guru Pengampu

....

E. Batasan waktu yang telah ditetapkan

Batasan waktu pelaksanaan pembelajaran dan penilaian proses pembelajaran disesuaikan program tahunan dan program semester mata pelajaran *public relations* serta kondisi nyata proses pembelajaran.

PENUTUP

Dengan buku siswa ini diharapkan kalian mampu untuk membelajarkan diri sendiri sehingga memiliki kemampuan dalam bidang tugas *public relations*. Kemampuan yang harus kalian capai meliputi keterampilan komunikasi, keterampilan teknik, kompentensi manajemen isu, kompetensi menajerial, *leaderships* dan *ethic* dan keterampilan khusus IT.

Mintalah bimbingan kepada ibu/bapak guru dalam proses penguasaan pengetahuan, keterampilan dan perkembangan sikap mental yang harus kalian penuhi untuk terampil dalam bidang *public relations.*

DAFTAR PUSTAKA

Alan Hickman, 2012 *“Promote Products and Services To Customers”,* William Angliss Institute of TAFE.

Deddy Mulyana, 2005, *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung Remaja Rosdakarya.

Deni Darmawan, S.Pd. M.Si, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Bandung Remaja Rosdakarya.

Herijito, Yayat M, 2001, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Grasindo

Jalaluddin Rakhmat, 1994, *Psikologi Komunikasi*, Bandung Remaja Rosdakarya.

Jacub Nuwa Wea, 2004, SKKNI Tenaga Kerja Indonesia, Jakarta

Wilhelm Ruff, 2007, *Hosipitality operations Studies: Customer Relations and Communications*, TafeSA.